



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE FLORES PARA EVENTOS  
SOCIALES Y FUNERARIOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTORA:**

**MONTALVO ENRÍQUEZ HILDA GUADALUPE**

**DIRECTORA:**

**MSC. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN**

**IBARRA, 2017**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación tiene como propósito, determinar la posible viabilidad de la creación de una nueva microempresa de distribución y comercialización de flores para eventos sociales y funerarios en la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra. Para el diseño de la propuesta se siguieron con todos los correspondientes pasos del proceso metodológico que requiere la ejecución de proyectos comerciales. El punto principal del proyecto fue el estudio de mercado cuyo propósito es de reafirmar la situación económica de la zona sobre las flores a ofertar, mismas que en la actualidad las familias de la zona frecuentan adquirir y lo disponen para uso familiar o eventos. Además, se analizó minuciosamente la oferta, la demanda y la demanda potencial a satisfacer. Este estudio se realizó a través de recopilación de información indispensable mediante la aplicación de encuestas a productores, compradores potenciales y consumidores del producto.

A través de este estudio se determinó que los productores no determinan el precio de venta de las flores por costos de producción más bien se acogen a referencias del mercado, lo que no les permite saber cuáles son sus costos reales que se incurre en el proceso de producción; es decir lo realizan empíricamente, además no proyectan una ganancia establecida porque no llevan registros contables dentro de la producción.

El problema a solucionarse se consideró que el productor necesariamente debe contratar personal capacitado en cultivos no tradicionales en este caso de flores, que permita guiar adecuadamente la producción, determinar la rentabilidad real y llevar un registro de ingresos y egresos de la microempresa; con el objetivo de tomar decisiones oportunas, adecuadas y de esta manera contribuya al desarrollo de la producción y posteriormente la comercialización del producto.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This research aims to determine the potential feasibility of creating a new micro distribution and marketing of flowers for social and funeral in the province of Imbabura, Ibarra events. For the design of the proposal they were followed all the appropriate steps of the methodological process that requires the execution of commercial projects. The main point of the project was the market study whose purpose is to reaffirm the economic situation of the area on the flowers to offer, same as today's families in the area and have frequent purchase for family use or events. Besides the supply, demand and potential demand to meet thoroughly analyzed. This study was conducted through collection of necessary information by conducting surveys to producers, potential buyers and consumers of the product.

Through this study we found that producers do not determine the selling price of the flowers production costs rather benefiting from market benchmarks, which does not allow them to know what their actual costs incurred in the process of production; ie is done empirically, also do not project an established profit because do not keep accounting records in production.

The problem to be solved was considered that the producer must necessarily employ staff trained in non-traditional crops in this case flowers to adequately guide the production, determine the actual return and keep track of income and expenses microenterprise; in order to make timely decisions, appropriate and thus contribute to the development of production and subsequently marketing the product.

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Hilda Guadalupe Montalvo Enríquez, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización y distribución de flores para eventos sociales y funerarios en la provincia de Imbabura. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes de marzo del 2017.



Firma

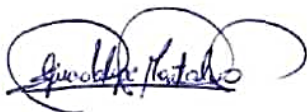
Nombre del Director: MSC. Ana Isabel Arciniegas Calderón

C.I. 1001458064

## AUTORÍA

Yo, Hilda Guadalupe Montalvo Enríquez, portadora de la Cédula de Identidad No.-1003232962, declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de mí autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE FLORES PARA EVENTOS SOCIALES Y FUNERARIOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que no sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Firma



Nombre: Hilda Guadalupe Montalvo Enríquez

CI. No.-100323296



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

#### DATOS DE CONTACTO

CÉDULA DE IDENTIDAD:	100323296		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MONTALVO ENRIQUEZ HILDA GUADALUPE		
DIRECCIÓN:	IBARRA		
EMAIL:	<u><a href="mailto:hilda3108@hotmail.com">hilda3108@hotmail.com</a></u>		
TELÉFONO FIJO:	06 2 545-555	TELÉFONO MÓVIL:	0969818136

#### DATOS DE LA OBRA

<b>TÍTULO:</b>	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE FLORES PARA EVENTOS SOCIALES Y FUNERARIOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA".
<b>AUTOR (ES):</b>	MONTALVO ENRIQUEZ HILDA GUADALUPE
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MSC. ANA ARCINIEGAS

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


Yo, Hilda Guadalupe Montalvo Enríquez, con cédula de ciudadanía Nro. 1003232962, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes de marzo de 2017

EL AUTOR:

(Firma): 

Nombre: Hilda Montalvo Enríquez

C.C.: 1003232962

Facultado por resolución de Consejo Universitario

---



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Hilda Guadalupe Montalvo Enríquez, con cédula de ciudadanía Nro. 1003232962, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE FLORES PARA EVENTOS SOCIALES Y FUNERARIOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma) 

Nombre: Hilda Guadalupe Montalvo Enríquez.

Cédula: 1003232962

Ibarra, a los 23 días del mes de marzo del 2017



## DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo es el resultado positivo de la dedicación perseverante y esfuerzo continuo, en el cual demuestro todo el amor y ganas de superación personal y profesional.

Dedico este trabajo con todo el cariño y amor a DIOS porque es la llama viva que me da fuerza día a día para seguir adelante; A MI MADRE quien creyó en *mi* siendo mi ejemplo a seguir por ser el soporte, apoyo y bendición que me guía por el camino del bien con su gran amor y responsabilidad, A MI HIJO, que con su enorme cariño, respeto me brindó su apoyo incondicional y con sus palabras de aliento diario me enseñaron a defenderme de los problemas constantes con un objetivo culminar mi vida profesional.

Con Infinito amor.

A mi Madre: Lucila Victoria Enríquez Cruz.

A mis Hijos: Bryan Daniel Salazar Montalvo.

Ashley Nayeli Salazar Montalvo

HILDA GUADALUPE

## **AGRADECIMIENTO**

A DIOS que ha guardado y bendecido mi vida diariamente, en el largo camino de mi niñez, adolescencia y juventud, en los momentos agradables e inolvidables con los seres que más amo en la vida.

Le agradezco a mi MADRE, por la confianza que deposito en mí, por haber escogido tan prestigiosa institución en la que me enseñaron muchos valores y llegué a ser una persona íntegra en el campo laboral del profesionalismo.

A la Msc. Ana Arciniegas, Director de Tesis, quien estuvo guiándome con paciencia, experiencia y profesionalismo para la culminación con éxito de este trabajo investigativo, un eterno agradecimiento por su paciencia y apoyo incondicional en la realización del presente trabajo.

A mi hijo, por todo su cariño que me brindo durante el transcurso de mi carrera y realización del proyecto.

Gracias a mis queridos PROFESORES sin distinción alguna y con el mayor sentimiento de gratitud ya que gracias a ellos me he convertido en una excelente profesional llena de capacidades, destrezas, virtudes y valores; por todos los conocimientos que nos han brindado los docentes a lo largo de la vida universitaria les puedo decir gracias y que Dios los bendiga siempre.

**HILDA GUADALUPE**

## **PRESENTACIÓN**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE FLORES PARA EVENTOS SOCIALES Y FUNERARIOS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.

## **INTRODUCCIÓN**

Según la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Quito-Ecuador: SENPLADES el objetivo seis expresa:

*“Consolidar la información de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos”*

Cumpliendo con el objetivo seis del Plan Nacional del Buen Vivir en la que garantiza el trabajo estable y digno en su diversidad de formas principalmente en su inciso quinto que manifiesta “Impulsar actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo”. Siempre será necesario impulsar el emprendimiento creando nuevas empresas y por ende disminuir el desempleo y sub empleo.

En las dos últimas décadas en el Ecuador ha tenido un gran crecimiento en la producción y comercialización de flores que en su gran mayoría son para la exportación; permitiendo exportar la mejor rosa del mundo porque el país cuenta con las mejores condiciones climáticas, ventajas competitivas que han permitido producir flores con alta calidad de exportación, mediante el transcurso del presente trabajo de investigación se pretende realizar un estudio de factibilidad para implementar una microempresa de comercialización y distribución de flores como: rosa, claveles, crisantemos, lirios, entre otras; pretendiendo

realizar mediante la elaboración de arreglos florales y comercialización con técnicas actuales en un puesto de ventas en el mercado local. Esta microempresa pretende comercializar las flores en forma directa, así como también realizando arreglos florales para distribuirlos a las funerarias locales y para eventos sociales dentro de la provincia de Imbabura.

La microempresa va a estar ubicada en la provincia de Imbabura cantón Ibarra parroquia Alpachaca en las calles Juan Martínez de Orbe 2-20 entre Cuenca y Zumba; para verificar la aceptación del proyecto se realizará un estudio de mercado mediante una investigación de campo donde se determinará la oferta y demanda del producto luego de este proceso técnico de investigación de campo se obtendrán conclusiones tales como que el mercado requiere de productos alternativos dentro de la floricultura que a más de exportar se implemente este tipo de microempresas con la finalidad de generar fuentes de empleo. Será necesario para implementar el proyecto un lugar con las condiciones adecuadas para la atención a clientes; para la implementación del negocio se pretende realizar un financiamiento con una entidad financiera local e inversión propia y que será recuperada a mediano plazo con pronóstico de éxito a la iniciativa empresarial.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de comercialización y distribución de flores para eventos sociales y funerarios en la ciudad de Ibarra a través de una investigación de campo con la finalidad de establecer si el proyecto es rentable.

## Objetivos Específicos

- Realizar un Diagnóstico Situacional mediante el reconocimiento de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos para identificar aspectos que afecten o beneficien al proyecto.
- Estructurar las bases teóricas y científicas que permitan construir un marco teórico que garantice la buena realización de la presente investigación.
- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda que tendría el proyecto mediante una investigación de campo e identificar la demanda potencial a satisfacer.
- Elaborar el estudio técnico mediante la localización de técnicas e instrumentos de investigación para establecer la localización, tamaño e ingeniería del proyecto necesarios para la buena marcha del proyecto.
- Evaluar el proyecto aplicando un estudio financiero mediante el análisis de indicadores, con la finalidad de determinar la factibilidad del mismo.
- Diseñar la estructura organizacional que tendrá la microempresa para su operación, mediante una propuesta de división de funciones y una organización que garantice su normal desarrollo.
- Analizar los posibles impactos que generará dicho proyecto tales como el social, económico, ambiental, educativo, ético y comercial, con la finalidad de mitigar los posibles impactos negativos y potencializar los positivos que pudiera generar la realización del proyecto.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	iv
AUTORÍA.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	viii
DEDICATORIA .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	xi
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xii
Objetivo General .....	xii
Objetivos Específicos .....	xiii
ÍNDICE GENERAL .....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xxiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xxviii
CAPÍTULO I .....	30
1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	30
1.1 Antecedentes .....	30
1.2 Justificación.....	32

1.3 Objetivos del diagnóstico .....	33
1.3.1 Objetivo general .....	33
1.3.2 Objetivos específicos .....	33
1.3.3 Variables Diagnósticas .....	33
1.3.4 Indicadores.....	34
1.4 Matriz de relación diagnóstica .....	36
1.5 Análisis de las variables diagnosticas .....	37
1.5.1 Antecedentes históricos .....	37
1.5.2 Aspectos generales .....	39
1.5.3 Factores socio - demográficos .....	44
1.5.4 Factores socio – económicos .....	46
1.6 Construcción de la matriz AOOR .....	48
1.7 Identificación de la oportunidad de inversión .....	50
CAPÍTULO II .....	51
2 MARCO TEÓRICO.....	51
2.1 Empresa.....	51
2.1.1 Microempresa .....	51
2.2 Análisis y Evaluación de Proyecto.....	52
2.2.1 Estudio de Mercado .....	52
2.2.2 Oferta .....	52
2.2.3 Demanda.....	52
2.3 Estrategias Comerciales .....	53
2.3.1 Servicio.....	53
2.3.2 Precio .....	53
2.3.3 Publicidad .....	54

2.3.4 Plaza.....	54
2.3.5 La comercialización.....	54
2.3.6 Canales de distribución.....	55
2.4 Estudio Técnico.....	55
2.4.1 Localización del proyecto.....	56
2.4.2 Tamaño del proyecto .....	56
2.4.3 Ingeniería del Proyecto .....	56
2.4.4 Macrolocalización .....	57
2.4.5 Microlocalización .....	57
2.5 Estudio Administrativo .....	57
2.6 Estudio Financiero.....	58
2.7 La Floristería .....	59
2.7.1 Tipos de flores .....	59
2.7.1.1 Enfermedades de la flor .....	64
2.8 Estructura .....	68
2.8.1 Proyecto .....	68
2.8.2 Misión.....	69
2.8.3 Visión.....	69
2.9 El Mercado .....	69
2.10 Financiamiento .....	70
2.10.1 Ingresos.....	70
2.10.2 Egresos.....	70
2.11 Estados Financieros.....	71
2.11.1 Balance de Situación Financiera.....	71
2.11.2 Balance de Resultados .....	71



2.11.3 Estado Flujo de Efectivo.....	72
2.12 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA .....	73
2.12.1 Valor Actual Neto.....	73
2.12.2 Tasa Interna de Retorno.....	73
2.12.3 Costo Beneficio .....	73
2.12.4 Periodo de Recuperación .....	74
2.12.5 Punto de Equilibrio .....	74
2.13 Estructura organizacional .....	75
2.14 Impactos .....	75
2.14.1 Impacto económico.....	75
2.14.2 Impacto educativo y empresarial .....	75
2.14.3 Impacto ambiental .....	75
CAPÍTULO III.....	76
3 ESTUDIO DE MERCADO .....	76
3.1 Introducción .....	76
3.2 Objetivo general .....	77
3.3 Objetivos específicos.....	77
3.4 Variable .....	77
3.4.1 Indicador .....	78
3.5 Identificación de la población .....	81
3.6 Cálculo de la muestra .....	81
3.7 Instrumentos de investigación.....	81
3.7.1 Información Primaria.....	82
3.7.2 Información Secundaria.....	82
3.7.3 Análisis de los gráficos.....	82

3.8 Identificación del Producto .....	93
3.9 Canales de comercialización .....	93
3.10 Análisis de la demanda.....	94
3.11 Proyección de la demanda.....	94
3.11.1 Factores que afectan la oferta .....	95
3.11.2 Proyección de la oferta .....	96
3.12 Demanda Insatisfecha .....	97
3.13 Precio.....	98
3.13.1 Proyecciones de precio .....	98
3.14 Estrategias .....	99
3.14.1 Estrategias de producto.....	100
3.14.2 Estrategias publicidad.....	101
3.14.3 Estrategias de precios .....	101
3.15 Conclusión del estudio de mercado .....	102
CAPÍTULO IV.....	103
4 ESTUDIO TÉCNICO .....	103
4.1 Localización del proyecto .....	103
4.1.1 Macrolocalización .....	103
4.1.2 Microlocalización .....	105
4.1.2.1 Costos y Medios de Transporte.....	105
4.1.2.2 Costos y Disponibilidad de Mano de Obra .....	105
4.1.2.3 Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento de Materias Primas .....	105
4.1.2.4 Infraestructura .....	105
4.1.2.5 Cercanía al Mercado .....	106
4.1.2.6 Ambiente.....	106

4.1.2.7 Comportamiento de la Competencia.....	106
4.1.2.8 Planos de la Microlocalización .....	106
4.2 Tamaño del proyecto de la microempresa.....	107
4.2.1 Capacidad o Tamaño .....	108
4.3 Ingeniería Del Proyecto.....	108
4.3.1 Ubicación de la planta .....	108
4.3.2 Rediseño de las Instalaciones .....	108
4.3.2.1 Área Administrativa.....	109
4.3.2.2 Área de Comercialización.....	109
4.4 Flujograma de procesos.....	110
4.4.1 Proceso de Compra de la Materia Prima .....	110
4.5 Descripción del Proceso de Comercialización .....	112
4.5.1 Adquisición de Materia Prima .....	112
4.5.2 Cortado .....	113
4.6 Presupuesto técnico .....	113
4.7 Inversión fija y variable del proyecto.....	113
4.7.1 Inversión Fija.....	113
4.7.1.1 Propiedad Planta y Equipo Área Administrativa .....	113
4.7.1.2 Propiedad Planta y Equipo Área Ventas .....	115
4.7.1.3 Propiedad Planta y Equipo de Producción.....	116
4.7.1.4 Resumen de Inversiones Fijas.....	118
4.7.2 Inversión Variable .....	119
4.7.2.1 Capital de Trabajo.....	119
4.8 Inversión total del proyecto.....	121
4.9 Financiamiento del proyecto .....	122

4.10 Conclusión.....	122
CAPÍTULO V .....	124
ESTUDIO FINANCIERO .....	124
5.1 Introducción .....	124
5.2 Ingresos .....	124
5.3 Proyección de ingresos.....	124
5.4 Egresos .....	127
5.4.1 Costos de Producción .....	127
5.4.1.1 Materia Prima Directa.....	127
5.4.1.2 Mano de Obra Directa.....	130
5.4.1.3 Costos Indirectos de Producción.....	131
5.4.2 Gastos Administrativos.....	134
5.4.2.1 Remuneraciones administrativas .....	134
5.4.2.2 Gastos Generales Administrativos.....	135
5.4.3 Gastos de Ventas .....	139
5.4.3.1 Remuneraciones Ventas.....	139
5.4.3.2 Gastos Generales de ventas.....	140
5.4.4 Gastos Financieros.....	141
5.4.5 Presupuesto de Egresos .....	144
5.5 Depreciaciones .....	145
5.6 Estados financieros presupuestados .....	146
5.6.1 Estado de Resultados Integral.....	146
5.6.2 Estado Financiero .....	147
5.6.3 Estado de Flujo de Caja.....	147
5.7 Evaluación Financiera.....	149

5.7.1 Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio .....	149
5.7.2 Valor Actual Neto.....	150
5.7.3 Tasa Interna de Retorno.....	151
5.7.4 Período de Recuperación de la Inversión .....	152
5.7.5 Costo Beneficio .....	152
5.7.6 Punto de Equilibrio.....	153
5.8 Resumen de la Evaluación financiera .....	155
5.9.1 Oportunidad de inversión .....	155
CAPÍTULO VI.....	156
6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	156
6.1 Introducción .....	156
6.2 Objetivo general .....	156
6.3 Análisis interno de la microempresa .....	156
6.3.1 Nombre de la Microempresa .....	156
6.3.2 Titularidad de propiedad de la microempresa .....	157
6.3.3 Base filosófica de la empresa .....	157
6.4 Misión.....	157
6.4.1 Visión.....	157
6.4.2 Objetivos Específicos .....	157
6.4.3 Principios y Valores.....	158
6.4.3.1 Principios .....	158
6.4.3.2 Valores .....	159
6.5 Organización estructural .....	159
6.5.1 Organigrama Estructural.....	160
6.5.2 Departamento de Comercialización.....	161

6.5.3 Departamento Administrativo - Financiero y Ventas.....	161
6.5.4 Orgánico Funcional .....	162
6.5.5 Funciones y Descripción del Puesto.....	162
6.5.5.1 Junta General de Accionistas .....	162
6.5.5.2 Directorio .....	163
6.5.5.3 Gerente.....	163
6.5.5.4 Contador General y Auxiliar Contable .....	165
6.5.5.5 Vendedores.....	167
6.5.5.6 Secretaria.....	168
6.6 Gestión empresarial.....	169
6.6.1 Supervisión y Control.....	170
6.6.1.1 Controles Administrativos .....	170
6.6.1.2 Controles Financieros – Económicos - Contables .....	171
6.7 Estrategias empresariales .....	171
6.8 Base legal .....	173
6.8.1 Razón Social .....	173
6.8.2 Objeto Social .....	173
6.8.3 Requisitos para el Funcionamiento de la Microempresa.....	174
6.8.4 Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	174
6.8.5 Patente Municipal .....	174
6.8.6 Permiso de Salud Pública .....	175
6.8.7 Inscripción en el registro de actividades económicas.....	175
6.8.7.1 Registro Sanitario.....	176
6.8.7.2 Permiso de Funcionamiento.....	177
CAPÍTULO VII .....	178

7. IMPACTOS DEL PROYECTO .....	178
7.1.1 Impacto Social .....	179
7.1.2 Impacto Económico .....	180
7.1.3 Impacto Educativo .....	181
7.1.4 Impacto Ambiental .....	182
7.1.5 Impacto Ético.....	183
7.1.6 Impacto Comercial .....	184
7.2 Impacto general .....	185
CONCLUSIONES .....	186
RECOMENDACIONES.....	188
BIBLIOGRAFÍA .....	190
ANEXOS .....	191

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstica .....	36
Tabla 2 Cruces estratégicos .....	49
Tabla 3 Matriz de relación diagnóstica .....	80
Tabla 4 Adquiere flores .....	83
Tabla 5 Frecuencia de compra .....	84
Tabla 6 Lugar de compra .....	85
Tabla 7 Calidad, variedad precio .....	86
Tabla 8 Variedad de flores .....	87
Tabla 9 Valor por obsequio floral .....	88
Tabla 10 Creación de una microempresa .....	89
Tabla 11 Compra directa en la microempresa .....	90
Tabla 12 Frecuencia .....	91
Tabla 13 Publicidad .....	92
Tabla 14 Proyección de la demanda .....	95
Tabla 15 Tasa de crecimiento de la oferta .....	96
Tabla 16 Proyección de la oferta por producto .....	97
Tabla 17 Demanda insatisfecha .....	97
Tabla 18 Proyecciones de precio .....	99
Tabla 19 Proceso de compra de las flores .....	111
Tabla 20 Proceso de venta de las flores .....	111
Tabla 21 Muebles de Oficina .....	114
Tabla 22 Equipo de Oficina .....	114
Tabla 23 Equipos de Computación y Software .....	114



Tabla 24 Resumen del Área Administrativa .....	115
Tabla 25 Muebles de Oficina Área ventas .....	115
Tabla 26 Equipos de Computación y Software.....	116
Tabla 27 Inversiones Área ventas .....	116
Tabla 28 Equipos de Producción .....	117
Tabla 29 Equipos de Seguridad .....	117
Tabla 30 Inversiones Fijas para Producción .....	118
Tabla 31 Resumen de Inversiones Fijas.....	118
Tabla 32 Resumen para el capital de trabajo .....	119
Tabla 33 Capital de trabajo .....	120
Tabla 34 Resumen de Inversiones .....	121
Tabla 35 Detalle del Capital .....	122
Tabla 36 Inflación .....	125
Tabla 37 Proyección de Ingresos .....	125
Tabla 38 Materia Prima Directa.....	128
Tabla 39 Mano de Obra Directa.....	130
Tabla 40 Materiales e Insumos .....	132
Tabla 41 Servicios Básicos producción .....	133
Tabla 42 Resumen de Costos Indirectos de Producción .....	134
Tabla 43 Proyección Costos Producción .....	134
Tabla 44 Remuneraciones Administrativas .....	135
Tabla 45 Gasto de arriendo .....	136
Tabla 46 Materiales de oficina.....	136
Tabla 47 Materiales de aseo.....	137
Tabla 48 Gastos de Constitución .....	138

Tabla 49 Proyección Gastos Administrativos.....	138
Tabla 50 Remuneraciones ventas.....	139
Tabla 51 Gastos de Publicidad.....	140
Tabla 52 Proyección Gastos Ventas .....	141
Tabla 53 Amortización de la deuda .....	142
Tabla 54 Interés anual al crédito financiero.....	143
Tabla 55 Presupuesto de Egresos.....	144
Tabla 56 Resumen de depreciación .....	145
Tabla 57 Resumen de las depreciaciones.....	146
Tabla 58 Estado de pérdidas o ganancia proyectado .....	146
Tabla 59 Estado Financiero Proforma .....	147
Tabla 60 Flujo de Caja.....	148
Tabla 61 Tasa de Rendimiento Medio .....	149
Tabla 62 Flujos actualizados para el cálculo del VAN.....	150
Tabla 63 Flujos para cálculo de la TIR.....	151
Tabla 64 Flujos Netos Actualizados para la Recuperación de la Inversión.....	152
Tabla 65 Flujos actualizados para el Costo Beneficio .....	153
Tabla 66 Proyección Para el Punto de Equilibrio .....	154
Tabla 67 Proyección para el Punto de Equilibrio .....	154
Tabla 68 Cálculo del Punto de Equilibrio en dólares .....	155
Tabla 69 Evaluación Financiera.....	155
Tabla 70 Inscripción en registro de actividades económicas.....	176
Tabla 71 Impactos del proyecto.....	178
Tabla 72 Impacto social.....	179
Tabla 73 Impacto económico.....	180

Tabla 74 Impacto educativo.....	181
Tabla 75 Impacto ambiental.....	182
Tabla 76 Impacto ético.....	183
Tabla 77 Impacto comercial.....	184
Tabla 78 Impacto general.....	185

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Laguna de Yahuarcocha.....	30
Ilustración 2 Cuadro comparativo de Educación .....	44
Ilustración 3 Flores .....	59
Ilustración 4 Rosa .....	60
Ilustración 5 Crisantemos .....	60
Ilustración 6 Lirios.....	61
Ilustración 7 Claveles.....	62
Ilustración 8 Alstroemeria.....	63
Ilustración 9 Gypsophilas .....	64
Ilustración 10 Adquiere flores .....	83
Ilustración 11 Frecuencia de compra .....	84
Ilustración 12 Lugar de compra .....	85
Ilustración 13 Calidad, variedad, precio .....	86
Ilustración 14 Variedad de flores .....	87
Ilustración 15 Valor por obsequio floral .....	88
Ilustración 16 Creación de una microempresa.....	89
Ilustración 17 Compra directa en la microempresa .....	90
Ilustración 18 Frecuencia.....	91
Ilustración 19 Publicidad .....	92
Ilustración 20 Flores exóticas para fechas especiales .....	100
Ilustración 21 Ubicación de la provincia de Imbabura en el Ecuador .....	104
Ilustración 22 Ubicación de la ciudad de Ibarra .....	104
Ilustración 23 Planos.....	107

Ilustración 24 Rediseño de las instalaciones.....	109
Ilustración 25 Diagrama de flujo .....	110
Ilustración 26 Logo de la microempresa.....	156
Ilustración 27 Organigrama estructural .....	161

## CAPÍTULO I

### 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1 Antecedentes



**Ilustración 1** *Laguna de Yahuarcocha*

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Internet

La Creación de una Microempresa de Comercialización y distribución de flores cuya ubicación será en el cantón Ibarra, la cual es la capital de la provincia de Imbabura. Situada en la región Andina, a 115 km al Noroeste de la ciudad de Quito y 125 Km al Sur de Tulcán. Rodeada de joyas naturales como la Laguna de Yahuarcocha que posee además uno de los 10 mejores autódromos del mundo, una infraestructura hotelera de primera calidad que ha sido admirada por el turismo nacional y extranjero que la visita. Es la ciudad donde el turista encuentra belleza en su paisaje y naturaleza que le rodea. La ciudad tiene una altitud de 2.225 metros sobre el nivel del mar y es conocida como la Ciudad Blanca. Ibarra aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno. En el casco urbano de la ciudad existen plazas, iglesias, monumentos de singular característica como el parque

principal de la ciudad que lleva el nombre del ilustre ibarreño don Pedro Moncayo y Esparza, escritor político, historiador y periodista. Junto al parque se encuentra ubicada la Catedral cuya construcción se inicia en 1.872.

La ciudad de Ibarra llama la atención del turismo dada su historia colonial, su pasado español, y sus riquezas paisajísticas, la cercanía a otros núcleos turísticos como Otavalo, Cotacachi, Atuntaqui. Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los incas, pasando por la extensa y monumental edad española, su colonia y época de migración, la historia republicana y los vestigios de las luchas independistas que cubrieron la ciudad de Ibarra del siglo XIX. Ibarra ofrece diversos tipos de turismo, con grandes centros hoteleros, las zonas un tanto más alejadas de Ibarra prestan hosterías, haciendas y estancias de primera. Varios de ellos ofrecen hospedaje, caminatas, visitas a cascadas y lagunas, gastronomía local, artesanías y música. En la actualidad existe un sin número de locales que ofrecen variedad de flores pero no las ofertan directamente para eventos, ya que esta no es muy conocido entre los habitantes de la ciudad, por eso se ha visto la necesidad de crear una Microempresa dedicada a la Comercialización y distribución de este producto, pretendiendo mejorar y generar nuevas fuentes de empleo.

Hoy en día las personas han visto la necesidad de un local de distribución de flores para eventos sociales debido a que los comerciantes ofertan sus productos para reventa, esto afecta la economía del consumidor, por esta razón se realizó un estudio de factibilidad que nos demuestre que la creación de esta Microempresa es viable, siendo así un beneficio para los consumidores.

La floricultura ofrecida en la ciudad de Imbabura cuenta con una gran variedad de flores, las cuales se han enfocado en diferentes especies de flores más comunes, dejando a un lado las orquídeas, minirosa, y otros.; que brindan alegría por su colorido a los diferentes eventos.

## 1.2 Justificación

El presente proyecto tiene por objeto contribuir con el desarrollo socio económico de la ciudad de Ibarra, a través de la creación de una microempresa que brinde el servicio de distribución y comercialización de flores con la finalidad de satisfacer las necesidades de los habitantes y medio ambiente.

Este proyecto analizará el mercado local en el sector servicios de comercialización de flores, examinando la competencia para determinar la viabilidad técnica comercial y financiera logrando así obtener una perspectiva bastante amplia que conllevará a formar una organización líder, ofreciendo un servicio de la más alta calidad en el mercado, satisfaciendo las más altas expectativas de los clientes, a través de acciones de calidad, innovación, eficiencia, rentabilidad y servicio.

La microempresa pretende beneficiar directamente a la comunidad tomando en cuenta que la naturaleza es sabia, las flores y plantas con las que decoramos nuestras casas no están sólo para hacerlas más bellas, los beneficios que reportan estos seres vivos son indispensables para nuestra salud, nuestro estado de ánimo y, en general, para mantener una calidad de vida de una forma sencilla y natural.

Con la creación de la microempresa de distribución y comercialización de flores se logrará una ejecución adecuada mejorando el desempeño laboral, permitiendo establecer un ambiente confiable de trabajo y una buena utilización de los recursos disponibles.

También contribuirá al desarrollo socioeconómico de la ciudad ya que se crearán nuevas fuentes de empleo y se favorecerá directamente al cuidado y preservación del medio



ambiente; encaminados siempre al cumplimiento de objetivos y metas planificadas por la gerencia, beneficiando directamente tanto a la comunidad como a los funcionarios de esta microempresa.

### **1.3 Objetivos del diagnóstico**

#### **1.3.1 Objetivo general**

- Realizar un Diagnóstico Situacional mediante el reconocimiento de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos para identificar aspectos que afecten o beneficien al proyecto.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Identificar los sistemas de comercialización y posicionamiento en el mercado actual.
- Conocer el sistema de comercialización de los lugares en donde se oferta al producto.
- Investigar el aspecto financiero de la comercialización de flores.
- Establecer la calidad de talento humano requerido para el proyecto.
- Determinar los aspectos legales para la comercialización de flores.

#### **1.3.3 Variables Diagnósticas**

Las variables que serán motivo del estudio del siguiente diagnóstico son las que presentamos a continuación: Comercialización, Infraestructura, Contable-Financiero, Talento Humano y Normativa Legal.

De acuerdo con los objetivos específicos podremos llegar a visualizar las variables diagnósticas que nos permitirán identificar los aspectos o indicadores más relevantes, el público meta y las técnicas a utilizar para llevar a cabo el desarrollo del presente proyecto.

El análisis contextual del problema dado, permitirá formular el diagnóstico, se explica a través de métodos científicos que conducen a la comprobación y verificación de los hechos observados; para el efecto se formulan proposiciones que evaluadas por la práctica utiliza procedimientos preestablecidos.

#### **1.3.4 Indicadores**

Con las variables anteriormente indicadas detallamos los indicadores o aspectos más importantes para el análisis.

##### **Comercialización**

- a) Oferta
- b) Demanda
- c) Precio
- d) Canales de distribución
- e) Control de calidad
- f) Tipo de mercado

##### **Contable-Financiero**

- a) Financiamiento

b) Rentabilidad

c) Costos

d) Venta

Talento Humano

a) Capacitación

b) Remuneración

c) Nivel Educativo

Normativa Legal

a) Normas Legales

b) Control de Calidad

c) Permisos de Funcionamiento

## 1.4 Matriz de relación diagnóstica

**Tabla 1** Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Identificar los sistemas de comercialización y el posicionamiento en el mercado actual.	COMERCIALIZACIÓN	-Oferta -Demanda -Precio -Canales de Distribución -Control de calidad	Encuestas    Entrevista	Productores    Consumidores
Conocer el sistema de comercialización de los lugares en donde se oferta al producto.	PRODUCCIÓN	-Volúmenes de producción -Calidad del producto. -Destino del producto.	Encuesta   Entrevista	Productores   Consumidores
Investigar el aspecto Financiero de la comercialización de flores.	Contable-Financiero	-Control Contable -Fuente de Financiamiento -Rentabilidad	Encuestas   Entrevista	Productores  Comerciantes que desarrollen esta actividad.
Establecer la calidad del talento humano requerido para el proyecto	Talento Humano	-Experiencia -Capacitación -Nivel Educativo	Entrevistas	Trabajadores de la competencia o floristerías de Ibarra.
Determinar los aspectos legales para la Comercialización de flores.	Normativa Legal	Normas Legales Control de Calidad Permisos de Funcionamiento	Investigación Documental  Investigación Directa	LORTI Sitios Web GAD de Ibarra Realizando los trámites correspondientes

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Encuesta Propietarios de Distribuidoras

## **1.5 Análisis de las variables diagnósticas**

### **1.5.1 Antecedentes históricos**

El 28 de Septiembre de 1606 fue fundada la Villa de San Miguel de Ibarra por el Capitán de Troya, Juez Poblador. La ciudad se instala en los terrenos de la propiedad de Don Antonio Cordero y Juana Atabalipa, viuda de Don Gabriel de Carvajal, además de otras propiedades de algunos grupos originarios moradores de Caranqui, con una población de 158 habitantes, sin tomar en cuenta a las familias que estaban al servicio de los invasores.

El modelo administrativo de la Villa de San Miguel de Ibarra fue copia del modelo español, según lo confirman los antecedentes históricos de los municipios ecuatorianos. Se establece una especie de "Ordenanza Municipal" que determina el número de solares o caballerías, que ya estaban habitados y organizadas en cuadras, con sus respectivas calles y con la demarcación precisa de límites entre vecinos. Quedan señalados otros solares para los vecinos que se vayan plegando a la naciente Villa, sin olvidar aquellos espacios. Se extiende la normativa hasta el sector rural en el cual se designa los espacios que quedaban reservados para pastizales que alimentarán al ganado para los sembríos, que cubrirían las necesidades alimenticias de la pequeña población.

El 2 de octubre de 1606 el Juez Poblador realiza varios nombramientos para la organización administrativa de la Villa: Alcaldes ordinarios: Capitán Rodrigo de Miño y Juan de León Avedaño. Alguacil para la administración de la Justicia Don Juan de Sarzosa. Regidores para la Administración Municipal el Capitán Juan Martínez de Orbe, Vicente Insuásti, Antonio de Carvajal, Francisco Valencia, Juan Rodríguez Pacho, Mateo Moreno de Acosta, Pedro

Gonzáles Vaca y Francisco de Valbuena; para Procurador del Cabildo se nombró a Don Antonio de la Canal.

Todos los hombres de gran prestancia y llenos de anhelos de superación para la incipiente ciudad y, a quienes se les puede considerar como las primeras piedras del edificio social de Ibarra.

Estas autoridades estructuraron, en los primeros años, los niveles políticos, sociales y económicos de la jurisdicción. El cabildo estaba constituido por el Corregidor, el Alcalde y los Regidores que eran elegidos cada año. Los Alcaldes ejercían jurisdicción civil y criminal en primera instancia, eran nombrados por el cabildo y debían reunir condiciones de honorabilidad y distinción social.

"Por el acta de sesiones del 24 de julio de 1868 sabemos que el Concejo estaba compuesto por los siguientes ciudadanos: "Dr. Camilo Paz presidente y Concejales: Francisco Maya, Manuel Rosales, Leónidas Albuja, Valentín Yépez, Ramón Reyes y Amadeo Espinosa".

Al sufrir Ibarra un terremoto en este mismo año, la ciudad queda en ruinas y sin posibilidad de habitarla. Toda la comunidad se traslada al sector de La Esperanza por el temor de nuevos movimientos telúricos. En febrero de 1869 a los seis meses del terremoto se renueva el Concejo tomando como residencia "La Esperanza" en la siguiente forma: "Canónigo Carlos Vergara Presidente y Concejales: Dr. Fausto Dalgo, Mariano Rivadeneira, Ramón Reyes y José María Orejuela.

En el mes de febrero de 1872, el Cabildo compuesto por Vicente Peñaherrera, Presidente y, Concejales: Vacas Andrade, Pasquel, Páez y Acosta, empezó en forma seria a preocuparse por el reasentamiento de Ibarra. Así llegó el 28 de abril de 1872 cuando en sesión solemne queda reinstalada definitivamente la ciudad". Se repartieron las parcelas para la construcción del edificio del Municipio, sitio en el que funciona actualmente el Patrimonio Histórico, junto al nuevo edificio del Municipio que fuera terminado en 1992.

Es a partir de 1899 que se empieza a nominar al Presidente del Concejo Municipal de Ibarra, como la máxima autoridad, hasta 1947, siendo el primero Don Luis Villamar y el último, el Sr. Abelardo Páez Torres, con un total de ochenta y dos presidentes. En el siguiente año se da inicio a la elección de los Alcaldes del Municipio de Ibarra, siendo el primero el Dr. Luis Abraham Cabezas Borja 1948 - 1949 y, en orden cronológico hasta el momento: Dr. Alfonso Almeida A., Luis Tobar S., Carlos Merlo Vásquez, Juan Francisco Leoro Vásquez, Fausto Endara E., Jorge Yépez Terán, César Benalcázar Rosales, José Tobar y Tobar y, Eduardo Garzón Fonseca.

### **1.5.2 Aspectos generales**

#### **Superficie**

El cantón de Ibarra tiene una superficie de 1.162,22 km<sup>2</sup>, con una densidad de 131,87 hab/km<sup>2</sup> en el cantón, 2.604 hab/km<sup>2</sup> en el área urbana y 39,91 hab/km<sup>2</sup> en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km<sup>2</sup>, la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km<sup>2</sup>. Su clima es Templado seco. Su Temperatura media es de 16° Centígrados.

### **Ubicación geográfica y límites**

Se encuentra bajo una ubicación privilegiada ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

El cantón Ibarra se encuentra conformado por 5 parroquias urbanas las cuales son: San Francisco, La Dolorosa del Priorato, Caranqui, El Sagrario y Alpachaca. Además dentro de su división política administrativa tiene consta de 7 parroquias rurales que son: Angochagua, La Esperanza, San Antonio, Ambuqui, Salinas, La Carolina, Lita.

Gracias a su espectacular ubicación se encuentra casi a mitad de distancia entre Tulcán y Quito, lo que favorece para un punto estratégico de intercambio comercial entre dichas ciudades.

### **Clima**

Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.

Los anuarios meteorológicos históricos determinan una temperatura media de  $15.90^{\circ}\text{C}$ , con una variación mínima menor a  $0.3^{\circ}\text{C}$ . Los registros promedian una temperatura máxima media entre los  $20$  y  $25^{\circ}\text{C}$  y una mínima media entre los  $7$  y  $11^{\circ}\text{C}$ . Los vientos promedios son del orden de  $7\text{m/s}$  como máximo y de  $3.5\text{ m/s}$ , como mínimos. El análisis hidrometeoro lógico determina que las precipitaciones están entre los  $1000\text{mm}$  y  $1400\text{mm}$ .



Por la variación de la precipitación a diferentes alturas se presentan épocas de sequía entre los meses de junio y septiembre, con dos épocas de sequía adicionales en los meses de abril y noviembre.

### **Sitios turísticos**

Ibarra conocida como la ciudad blanca, actualmente este cantón consta con una gran variedad de sitios turísticos que se encuentran distribuidos a lo largo del mismo, claro está sin mencionar una diversidad en gastronomía y cultura. Algunos sitios como la laguna de Yahuarcocha dan la oportunidad de practicar actividades como la bicicleta de montaña, parapente, rafting, planeadores, 4x4, escalada, automovilismo, esquí acuático, pesca, entre otros. El clima ideal del cantón Ibarra y sus múltiples espacios nos invitan a adentrarnos en experiencias maravillosas tanto de deportes extremos como a ser parte de las diferentes actividades que pueden realizarse en este lugar.

También es importante recalcar que Ibarra es una ciudad de tradición española con una arquitectura colonial que adorna sus plazas y calles. Ibarra goza de paisajes exuberantes y al ser multirracial y multicultural, un simple vistazo para tomar un tradicional helado de paila o pan de leche conforma una experiencia agradable.

Entre los lugares más visitados por los turistas tenemos:

#### **➤ Casa Hacienda Zuleta**

Se halla ubicada en la población de Angochagua en la comunidad de Zuleta, posee una extensión de 1800 Has en las que se encuentra áreas de cultivos, pastizales para ganadería, bosques cultivados y naturales.

➤ **Loma de Guayabillas**

El bosque Guayabillas es un lugar natural incorporado equipamientos y servicio que lo transformen en un lugar público, el área es utilizada como zona de esparcimiento familiar, área de rescate de animales, invernadero, área de parrilladas y juegos infantiles.

➤ **Centro Histórico**

Es un lugar muy visitado por turistas, por su estilo edificado a finales del siglo pasado. Por ser un sector edificado las formas existentes repiten modelos europeos. Estos lugares que se encuentran dentro de este son:

➤ **Esquina del Coco**

La tradicional Esquina del Coco es un lugar visitado por propios y extraños en donde se ubican varias oficinas de la ciudad donde funciona la Dirección de Turismo del Municipio, una agencia de viajes y un restaurante.

➤ **Casa Pedro Moncayo**

Se encuentra restaurada, tiene mantenimiento permanente y está destinada al uso cultural. En su construcción predomina la piedra, ladrillo, madera, carrizo y teja.

➤ **Basílica La Merced**

Es una edificación de planta basilical ubicada en la provincia de Imbabura en la ciudad de Ibarra, esta iglesia tiene el esquema arquitectónico de la Basílica de Quito.

➤ **Iglesia La Catedral**

La Catedral es del puro estilo del siglo XIX y principios de siglo XX. Se encuentra conservado por encontrarse en el núcleo central del Centro Histórico de Ibarra al frente de esta iglesia se encuentra el parque Pedro Moncayo.

➤ **Iglesia de Santo Domingo**

La iglesia se encuentra decorada con grandes obras de arte y varios elementos. Los materiales que predominan en su construcción son ladrillo, cal, arena, madera, teja.

➤ **Antiguo Cuartel de Infantería**

Actualmente son las oficinas del Municipio de Ibarra, pero vale la pena ser visto desde el exterior por su sobrio estilo y construcción en ladrillo y piedra.

➤ **Laguna de Yahuarcocha**

La belleza natural de su paisaje y la organización de competencias automovilísticas internacionales especialmente en el mes de septiembre de cada año en el autódromo, han impulsado el desarrollo del turismo.

Hay un servicio de Muelle Bar, paseos en lancha y pesca deportiva, en especial por la noche. Se cree que esta Laguna se formó en el pleistoceno y es de origen glacial.

## **Gobierno**

El Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel es la cabecera de dicho cantón y se encuentra ubicado al frente del Parque Pedro Moncayo, cerca de la zona comercial de la ciudad.

El Ilustre Municipio de la Ciudad de Ibarra planifica, regula, ejecuta y promueve el desarrollo integral sostenible del cantón, a través de servicios de calidad eficientes y transparentes con la participación activa de la ciudadanía socialmente responsable a fin de lograr el buen vivir.

### 1.5.3 Factores socio - demográficos

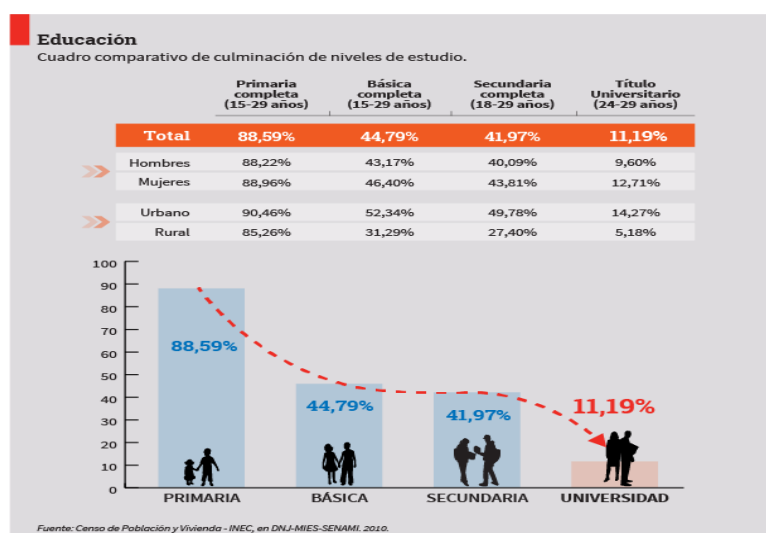
#### Población

Según el último censo nacional de población realizado en el año 2010, de los 14' 483.499 habitantes que tiene el Ecuador, la población total del cantón Ibarra es de 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres.

La tasa de crecimiento cantonal es de 2,3%, siendo ligeramente menor a la provincial que es de 2,4%.

#### Educación

En la zona existe una alta cantidad de instituciones educativas entre las cuales se tiene básica, secundaria, superior y unidades educativas que se encuentran acentuadas principalmente dentro de la parte urbana de la ciudad, sin embargo los datos del INEC (año 2010), en lo que respecta a analfabetismo en el cantón es de 5,5%; siendo menor en las parroquias rurales la escolaridad de la población de 24 años. Los niveles de instrucción van decreciendo en la primaria, en la secundaria completamente y finalmente en la instrucción superior.



**Ilustración 2** Cuadro comparativo de Educación

**Elaborado por:** La Autora  
**Fuente:** INEC

Los indicadores de educación, para un proyecto de factibilidad o de inversión es muy importante analizarlos, por cuanto nos da la medida en qué situación de instrucción y capacitación se encuentra la mano de obra no calificada y calificada que podría utilizar el nuevo emprendimiento económico.

## **Cultura**

Existe una diversidad de culturas acentuadas en la ciudad, debido principalmente a un sin número de climas desde un temperado hasta un tropical seco, pasando por un cálido seco, y en cada uno de ellos acentuados diferentes comunidades dispuestas a demostrar su privilegiada cultura y tradiciones. Una cultura cesante y enormemente influida por los españoles que dejaron tradiciones fuertes e irremplazables, como la tauromaquia, los gallos, el vino, el tabaco y las procesiones.

Ibarra fue la cuna del Inca Atahualpa, la tierra de los Caranquis, donde encontramos pueblos como el Quichua Imbaya, que están ubicados en el sector urbano de la Ciudad de Ibarra, en lo que antes se conocía como "La Calle Larga" o "Callejón" hoy Avda. Atahualpa, en Ajaví y en otros lugares.

Otro de los aspectos culturales más sobresalientes de la ciudad es su variada gastronomía así por ejemplo se podría encontrar: los tradicionales helados de paila elaborados por personas capacitadas que han adquirido su conocimiento de generación en generación, ubicándose en la zona céntrica de la localidad se podría degustar del delicioso hornado cocinado en grandes hornos a base de leña, para complementar esta exquisita degustación no se podría dejar a un lado el champús y morocho de dulce considerados como unos de los mejores postres típicos.

## **Costumbres**

Las costumbres son diferentes dependiendo en gran parte al lugar en donde se acentué la comunidad, entre las costumbres más sobresalientes tenemos: San Juanes, pregones y

desfiles, festividades en relación a la fundación, el carnaval del Coangue. Como también una de las principales tradiciones ibarreñas es la Cacería del zorro, evento que se realiza todos los años por sus fiestas, que inician en Septiembre terminando con la realización de este evento en los primeros días de Octubre, esta tradición cuenta anualmente con la participación de decenas de jinetes. El evento inicia desde la mañana, con un desfile por las principales calles hasta pasar por el centro republicano de la ciudad, terminando en la laguna de Yahuarcocha, con la típica persecución al jinete disfrazado de zorro.

#### **1.5.4 Factores socio – económicos**

##### **Economía**

Después de haberse recuperado de una de las mayores crisis a nivel nacional el feriado bancario, en los últimos años la ciudad ha tenido un crecimiento tanto económico, como comercial, un buen indicador de lo anteriormente dicho es la liquidez que se tiene dentro de los bancos, además de la aparición de empresas y microempresas que se han constituido principalmente al término de estos años.

Dentro de la ciudad se puede observar una buena base económica, pero sin embargo tiene una pequeña falencia, porque aún se puede observar una inestabilidad de la economía, muestra de ello es que existen familias que no poseen los recursos necesarios para poder estabilizar su nivel económico, careciendo de algunos beneficios que muchos ciudadanos poseen, además de no poder satisfacer en algunos casos las necesidades básicas.

Es importante recalcar que el desarrollo socio-económico y sostenido de la ciudad de Ibarra, involucra la participación decidida de todos los actores que viven en ella, así como: el sector público, representado por las autoridades elegidas por voto popular; el sector privado, representado por las personas naturales y jurídicas que realizan una actividad productiva, y el sector social o conocida como sociedad civil, representada por los habitantes comunes

permiten dar un valor agregado a los recursos naturales y humanos para beneficio de la ciudad o fuera de ella.

### **Empleo y desempleo**

Según datos del INEC a nivel nacional la tasa de ocupados plenos es de 49.9%, aun así la tasa de desempleo asciende hasta 5.1%, datos que efectivamente comparados con otros años son positivos desde el punto de vista de un decremento de la tasa de desempleo y afortunadamente un incremento en la tasa de ocupados plenos, sin dejar a un lado la tasa de subempleo que asciende a 44.2%.

La Población Económicamente Activa –PEA- de Ibarra es de 80.669, teniendo el 77,49% en la cabecera cantonal y el 22,51% en las parroquias rurales. Los jóvenes representan el 62% de la PEA, Las entidades públicas dentro de esta ciudad son la tercera fuente de empleo ya que existen unos 11.355 funcionarios distribuidos en los diversos ministerios, en el gobierno provincial y en la alcaldía de la ciudad.

### **Apoyo del Gobierno Nacional con Créditos**

Según Art. 5 Del Código Orgánico de Producción e Inversiones. El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

- La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el

talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;

- La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;
- La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva;

En la actualidad el Gobierno Nacional está rehabilitando económicamente la banca pública como son: La Corporación Financiera Nacional (CFN), El Banco Ecuatoriano de Desarrollo (BEDE) y el Banco Nacional de Fomento (BNF) con la exclusiva finalidad de otorgar créditos a empresarios nacionales.

## **1.6 Construcción de la matriz AOOR**

Este análisis consiste en la medición de las diferentes variables que se relacionan con el entorno, en este caso la factibilidad para la Creación de una microempresa de comercialización y distribución de flores en la ciudad de Ibarra, dentro de esta se analizará los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.



**Tabla 2** Cruces estratégicos

<b>ALIADOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento y destrezas de la elaboración de arreglos florales.</li> <li>✓ Mantener altos niveles de calidad.</li> <li>✓ Precios Competitivos</li> <li>✓ La creación de la Microempresa es aceptada por los consumidores potenciales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Entrega de garantías para préstamo bancario.</li> <li>✓ Aumento del número de clientes.</li> <li>✓ Apertura de mercados a nivel provincial y nacional.</li> <li>✓ Existe una demanda potencial a satisfacer.</li> <li>✓ Rápido crecimiento debido a la gran demanda.</li> <li>✓ Fuentes de empleo</li> <li>✓ Publicidad por radio y televisión.</li> <li>✓ Dar al producto terminado un valor agregado (osos, chocolates).</li> </ul>
<b>OPONENTES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se requiere de una fuerte inversión.</li> <li>✓ Competencia de productos sustitutos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Financiamiento por parte de la Entidad Bancaria que no sea aprobado.</li> <li>✓ El lugar donde se desarrolle la actividad no cumpla con las condiciones requeridas para el desarrollo de esta.</li> <li>✓ Competencia de mercado.</li> <li>✓ Escases de materia prima por temporada baja o exportación.</li> <li>✓ Desconocimiento del mercado.</li> <li>✓ Incremento del precio de la materia prima a utilizarse.</li> <li>✓ No obtener las ventas esperadas.</li> </ul>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Investigación Propia

### **1.7 Identificación de la oportunidad de inversión**

Mediante la construcción de la matriz AOOR y los cruces estratégicos se concluye que la falta de un local que cumpla con todos los requerimientos para la distribución de flores en sus diferentes eventos ha ocasionado que las personas tengan que viajar a los diferentes lugares de expendio directo (plantaciones) lo cual significa pérdida de tiempo y demás gastos innecesarios, que teniéndolo más cerca sería de gran utilidad.

En la ciudad de Ibarra no existe un lugar en donde se oferte las flores directamente de los proveedores. Lo que hace muy tentadora la creación de una “Microempresa dedicada a la comercialización y distribución de flores, en la ciudad de Ibarra”, se garantiza el éxito de la Microempresa porque es un producto que pretende mejorar la economía de las personas, crear fuentes de empleo y de esta manera contribuir al desarrollo social del país, es un proyecto que beneficia tanto a consumidores como a productores.

Tiene una alta oportunidad de inversión ya que cuenta con la decidida colaboración y participación de personas interesadas en trabajar en el proyecto, tiene condiciones naturales favorables para su desarrollo, cuenta con la aceptación de los comerciantes dedicados al expendio del producto y un mercado en crecimiento por el aumento de turistas que visitan nuestra ciudad.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del Marco Teórico se han utilizado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha incorporado en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada.

#### 2.1 Empresa

*Es una colectividad integrada por uno o varios grupos sociales que unen sus recursos (producción, tierra, mano de obra, tecnología y capital), en una base común para producir bienes o servicios, mediante un orden normativo, organizado y bien administrado, señalando rangos de autoridad sistemas de planeación, comunicación, información y control coordinados, con eficiencia, modernidad, productividad, con una existencia relativamente continua en un medio y cuyas actividades se encuentran encaminadas hacia el logro de un fin o misión determinada. (Ramírez, 2014, pág. 7)*

La empresa es una colectividad que busca producir bienes y servicios por medio de recursos humanos, materia prima y tecnología con eficiencia productividad y que tienen como fin generar rentabilidad.

##### 2.1.1 Microempresa

*Es una persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante que tiene un nivel de ventas brutas anuales de hasta USD 100.000 y hasta 10 trabajadores remunerados. (Chorro, 2010, pág. 17)*

Microempresa es una asociación de personas que operan en una forma organizada, desarrollando actividades comerciales o de producción donde generalmente el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma, quien a la vez tienen la necesidad de tomar las decisiones del negocio, utilizando poco equipo y capital.

## **2.2 Análisis y Evaluación de Proyecto**

### **2.2.1 Estudio de Mercado**

*Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto, que sirve para los análisis técnicos, financieros y económicos, donde abarca las variables sociales y económicas, recopila y analiza antecedentes para ver la convivencia de producir y atender una necesidad. (CordovaPadilla, Formulación y Evaluación de, 2011, pág. 52)*

### **2.2.2 Oferta**

*Según (CordovaPadilla, Formulación y Evaluación de, 2011) La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante, pág. 72.*

### **2.2.3 Demanda**

*La demanda se define como como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por un conjunto de consumidores (demanda total o demanda de mercado) en un momento de terminado. (CordovaPadilla, Formulación y Evaluación de, 2011, pág. 62)*

Esta definición permite tener una visión clara de lo que es un estudio de mercado y que tan importante es su desarrollo antes de emprender una inversión.

La oferta es una actividad mediante la cual se presenta en un mercado ciertas mercancías con el objeto de ser ofrecidas para su venta. Para realizar la oferta de un producto se debe analizar el mercado con el fin de establecer un mecanismo que permita lograr un mercado satisfecho.

La demanda es una parte importante del proyecto ya que se requiere saber las necesidades de los clientes potenciales y sus deseos para determinar un producto o servicio que permita satisfacer las necesidades de una sociedad en común.

## **2.3 Estrategias Comerciales**

### **2.3.1 Servicio**

*[https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_(econom%C3%ADa)). “Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un gran número de personas sean funcionarios, empleados, empresarios o empresas particulares.*

Servicio es una actividad que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, vender o entregar un producto.

### **2.3.2 Precio**

*Según (FORSYTH, 2010. Pag 30). “El precio se define como la representación cuantitativa del valor al cual se hace mercado. Es la cantidad*

*de dinero que estimula a productores a entregar sus productos o servicios y los consumidores a demandarlo”.*

El precio es el valor expresado en dinero a cambio de un bien o servicio que causen satisfacción al comprador, es decir es la cantidad que se paga para obtener un producto, usualmente no existe un crecimiento temporal predecible, ya que el precio no se explica en el tiempo como variable, sino en la confluencia de la oferta y la demanda.

### **2.3.3 Publicidad**

La promoción consiste en informar a la gente que el producto existe, pues nadie comprará algo que no conoce. Hay que hacerle saber a la gente que existe una solución para sus problemas, que la empresa tiene ese producto o servicio con el que ha soñado.

### **2.3.4 Plaza**

Es donde se venderá el producto o servicio, en el lugar adecuado en el momento justo. La plaza no sólo significa los puntos de venta, también se deben incluir en esta estrategia los canales de distribución y los tiempos de entrega.

### **2.3.5 La comercialización**

*La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.*

*Según (Mc Karthy, 2008), Manifiesta: La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utiliza dos definiciones micro*

*comercialización y macro comercialización. La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución.*

Se puede determinar que la comercialización es un intercambio de productos y/o servicios a cambio de algo de valor. Los beneficios fundamentales que se persigue con la comercialización son:

- Orientación hacia el cliente
- Esfuerzo total de la empresa
- Ganancia como objetivo

#### **2.3.6 Canales de distribución**

Según Mc Karthy.2008), Dice: “Un canal de distribución consiste en que un grupo de personas y empresa que participan en el flujo de la propiedad de un producto hacia el consumidor final o el usuario del negocio”.

Un canal de distribución es un intermediario entre la empresa o personas que requieran el bien o servicio y por otra parte la persona que ofrece el servicio.

#### **2.4 Estudio Técnico**

*Según (Friend&Zentle, 2008, págs. 98-100), “Es la fase del estudio relacionada con la actividad técnica a efectuarse, posibilitando el uso óptimo de los recursos, para producir un producto o para brindar un servicio”.*

El estudio técnico permite el uso óptimo de los recursos para producir un bien y/ o servicio, se puede dar a conocer los aspectos relacionados a la cobertura de los posibles riesgos operacionales.

### **2.4.1 Localización del proyecto**

*Según (Arboleda, 2013, pág. 89). “El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación, se van desde una integración al medio”.*

La localización del proyecto consiste en seleccionar un lugar estratégico que produzca mayor ganancia a menor costo.

### **2.4.2 Tamaño del proyecto**

*Según (Jesús Collaguazo C, 2015, pag.89), “El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. La importancia de definir el tamaño, se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.*

La importancia del tamaño del proyecto radica en la magnitud de sus inversiones, de los costos que se calculen, mismos que ayudarán a obtener un estimado de la rentabilidad. La decisión que se tome con respecto al tamaño del proyecto, determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

### **2.4.3 Ingeniería del Proyecto**

*Según (Friend&Zehle, 2008, pág. 86), “El estudio de ingeniería comprende el análisis de la disponibilidad de recursos, los métodos y procesos de sus transformación (tecnología), las formas de utilización de los productos o servicios, es definitivo el funcionamiento y la forma de operación de la empresa.*



Podemos concluir que la ingeniería del proyecto es fundamental en el establecimiento de las necesidades de inversión de activos fijos (terreno, obras civiles, maquinaria, equipos, herramientas, muebles y enseres) y de los costos de producción en base a los requerimientos cualitativos y cuantitativos de mano de obra y materiales directos e indirectos, fuentes energéticas, lubricantes, combustibles, suministros y servicios de uso técnico.

#### **2.4.4 Macrolocalización**

*Según (Jesús Collaguazo C., 2015, pag.92), “Constituye la región del medio nacional que ha sido escogida para montar la empresa. A la selección del área donde se ubicara el proyecto se le conoce como Estudio de Macrolocalización”.*

Se ha determinado la macrolocalización en la provincia de Imbabura, para ello se consideran aspectos geográficos, aspectos socioeconómicos, infraestructura.

#### **2.4.5 Microlocalización**

*Según (Arboleda, 2013, pag.85). “Consiste en la elección de la zona o localidad para finalmente determinar el sitio preciso, tomando en cuenta que la empresa debe ubicarse en el lugar donde exista mayores posibilidades de expansión y comercialización”.*

El análisis de la microlocalización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

### **2.5 Estudio Administrativo**

*Un estudio administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra en funcionamiento y si*

*aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa. Estas herramientas son llamados manuales administrativos, entre los se pueden mencionar, sin desestimar a otros, los más importantes son:*

- *Manual de organización*
- *Manual de funciones*
- *Manual de procedimientos*
- *Manual de administración ambiental*

El estudio administrativo se encargará del proyecto en la etapa de ejecución y de operación, un buen estudio administrativo es de gran importancia, ya que es común que un proyecto fracase por problemas administrativos, así estén dadas todas las demás condiciones para su éxito.

## **2.6 Estudio Financiero**

*Según MEZA OROZCO, Jhonny (2013): “El estudio financiero corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto, recoge y cuantifica el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto”. (Pág.29).*

El estudio financiero determina los ingresos que pretende obtener un proyecto en determinado período de tiempo y la vez determinar los egresos a realizar como parte de su ejecución, con el fin de obtener la situación financiera y determinar su rentabilidad, es parte del análisis económico permite determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

## 2.7 La Floristería

*Las floristerías en el país se abastecen diariamente de flores colombianas y ecuatorianas, las cuales son utilizadas en la elaboración de arreglos florales ideales para cualquier ocasión. Los arreglos de rosas y flores surtidas son los más apetecidos y vendidos por las floristerías. No importa que ocasión celebre, se puede estar seguro de que se hará un arreglo de flores algo especial.*



**Ilustración 3 Flores**

**Elaborado por:** La autora

### 2.7.1 Tipos de flores

#### **La Rosa**

*La rosa roja tiene por tradición un mayor significado que las rosas de otros colores, ya que es considerada como el más universal de todos los símbolos por haber sido representada en un sinnúmero de trabajos artísticos, desde pinturas clásicas y poesías hasta música y arte modernos. Además a través del tiempo las rosas rojas han aparecido como símbolo en la política y la historia pero sin duda alguna el símbolo del amor es el más representativo. Las rosas rojas continúan siendo la forma más popular de decir "Te Amo" a la persona amada, existe un consenso general que las rosas rojas, son el símbolo definitivo del sentimiento romántico que representa el amor verdadero.*



**Ilustración 4 Rosa**  
**Elaborado por:** La autora

### ***Las Crisantemos***

*Las flores crisantemos florecen en varias formas, y pueden ser parecidas a las margaritas, decorativo, pompones o botones. Las flores del crisantemo entran una variedad inmensa de formas y tamaños. Los crisantemos cuentan con una amplia gama de colores. Además del tradicional amarillo, otros colores populares son blancos, púrpuras, y rojos. Ellos son muy populares en ramilletes y arreglos florales.*

*Cada cabezuela del Crisantemo es realmente un grupo de muchas flores, compuesto de un grupo central de flores cortas de disco rodeadas por anillos de flores más largas de rayo.*



**Ilustración 5 Crisantemos**  
**Elaborado por:** La autora

### **Cultivando Crisantemos**

*Los crisantemos son fáciles de cultivar y se reproducen por división de raíces, cortes y semillas. Los crisantemos no son específicos de ninguna temporada. Las plantas del crisantemo pueden ser cultivadas en cualquier clase de tierra, pero ellos requieren un tiempo soleado para un mejor desempeño. Los crisantemos tienen un período largo para florecer. Las semillas del crisantemo son sembradas en esas áreas que experimentan lluvia baja durante la estación lluviosa. Generalmente, los semilleros de Crisantemo son trasplantados después de un mes de sembrar, generalmente. Pero a veces, las semillas también pueden ser sembradas directamente in situ. Las plantas del crisantemo florecen después de tres meses de haber sido sembradas.*

### **Las Lirios**

*Hay muchas clases de flores, que ha sido llamadas "Lirios", pero muchos de estos llamados Lirios como el día-lirio, el nenúfar, y el arum-lirio, pertenece realmente a otros grupos de plantas. Las plantas en el Liliales crecen de Bombillas, o de los Bulbos, ambos de que almacenarán alimento durante el invierno o durante la temporada seca. A diferencia de otro Liliales, estas vides producen sus flores en grupos esféricos llamaron Umbelas, como en Bomarea.*

*Los Lirios verdaderos son compuestos de escalas carnosas sin una capa exterior protectora. Los Lirios verdaderos nunca están inactivos.*



**Ilustración 6 Lirios**

**Elaborado por:** La autora

## **Los Claveles**

*Los claveles (caryophyllus de Dianthus) son uno de las flores preferidas de los floristas. Debido a que pueden durar mucho tiempo como flores, los Claveles son muy populares ya sea en el ojal, en ramilletes, y en una gran variedad de arreglos florales. Los claveles son favorecidos popularmente para grandes ocasiones, especialmente en el Día de la Madre y bodas.*

*Según la leyenda cristiana, los Claveles aparecieron primero en la tierra cuando Jesús llevaba la Cruz. Los claveles aparecieron de donde las lágrimas de la Virgen María cayeron cuando ella lloró sobre el sufrimiento de su hijo.*



**Ilustración 7 Claveles**  
**Elaborado por:** La autora

## **Cultivo de los Claveles**

*Claveles crecen fácilmente de cortes hechos de los chupadores que forman alrededor de la base del tallo, los renuevos de lado del tallo que florece, o los principales renuevos antes ellos muestran brotes de flor.*

*Los cortes de la base hacen las mejores plantas en la mayoría de los casos.*

*Estos cortes pueden ser tomados de una planta en tiempo por el otoño o el invierno, arraigaron en la arena y en conservar arriba.*

*Ellos pueden ser puestos en ollas hasta el plantar fuera tiempo en la primavera, que es generalmente en abril, o en el tiempo cuando el suelo está listo para manejar.*

*La tierra debe ser marga hondo friable y cubierta de arena.*

### ***Las Alstroemerias***

*Alstroemeria, llamada comúnmente a Lirio peruano o Lirio de los incas son un género sudamericano de cerca de 50 especies, crece principalmente de regiones frescas y montañosas en los Andes.*

*Alstroemeria es una flor zygomorphic (bilateralmente simétrico) con 3 sépalos y 3 pétalos a rayas (generalmente). Los sépalos y los pétalos en el Alstroemeria son semejantes en colores y textura - es decir, no hay sépalos verdes sólidos. Alstroemeria tiene seis estambres y un pistilo indiviso.*



**Ilustración 8 Alstroemeria**

**Elaborado por:** La autora

### ***Las Gypsophilas***

*La Gypsophila o Suspiro de Bebé es una planta que florece anualmente y que sus flores son muy delicadas, está en una flor muy popular para regalos y para secar, también es muy popular en los jardines de casas particulares.*

*Las plantas de Gypsophila crecen 1 a 2 pies (33 a 66 centímetro) por año, soportando una profusión de flores blancas o rosas. Los tallos se separan en muchas ramas, dando una apariencia ligera. La Gypsophila dura mucho tiempo hasta una semana y seca bien.*



**Ilustración 9** *Gypsophilas*

**Elaborado por:** La autora

Nuestro país posee una situación geográfica que ha sido muy beneficiosa para la comercialización de esta materia prima es ideal para que el producto tenga gran aceptación en el mercado internacional por su excelente calidad, tenemos variedad de flores como las rosas las cuales son muy hermosas y son consideradas las mejores del mundo por el grosor de sus tallos, botones grandes, colores vivos y por su vida prolongada después del corte; la mayoría de estas se producen en Cayambe debido a la luminosidad y suelo fértil los cuales son muy importantes para crecimiento y desarrollo de las mismas.

#### **2.7.1.1 Enfermedades de la flor**

##### ***Mildiu vellosa o tizón (Peronosporasparsa)***

*Provoca la enfermedad más peligrosa del rosal ya que ocasiona una rápida defoliación, sino se actúa a tiempo puede resultar muy difícil recuperar la planta. Se desarrolla*



*favorablemente bajo condiciones de elevada humedad y temperatura, dando lugar a la aparición de manchas irregulares de color marrón o púrpura sobre el haz de las hojas, pecíolos y tallos, en las zonas de crecimiento activo. En el envés de las hojas pueden verse los cuerpos fructíferos del hongo, apareciendo pequeñas áreas grisáceas.*

### **Control**

*-Para prevenirlo debe mantenerse una adecuada ventilación en el invernadero. Además debe evitarse películas de agua sobre la planta ya que ésta favorece la germinación de las conidias.*

### ***Oídio (Sphaerothecapannosa)***

*Los síntomas, manchas blancas y pulverulentas, se manifiestan sobre tejidos tiernos como: brotes, hojas, botón floral y base de las espinas. Las hojas también se deforman apareciendo retorcidas o curvadas.*

### **Control**

*-Es muy importante su control preventivo ya que los ataques severos son muy costosos de eliminar. Se recomienda utilizar sublimadores de azufre.*

*-Debe controlarse la temperatura y la humedad en el invernadero, evitar la succulencia de los tejidos y reducir la cantidad de inóculo mediante la eliminación de los tejidos infectados.*

*-Para tratamientos curativos, se puede emplear propiconazol, bupirinato y diclofluanida.*

### ***Roya (Phragmidiumdisciflorum)***

*Se caracteriza por la aparición de pústulas de color naranja en el envés de las hojas. Suele aparecer en zonas donde se localiza la humedad.*

*Una fertilización nitrogenada excesiva favorece la aparición de la roya. Por el contrario, la sequía estival y la fertilización potásica frena su desarrollo.*

### **Control**

*-Es conveniente controlar las condiciones ambientales así como realizar pulverizaciones con triforina, benadonil, captan, zineb, etc.*

### ***-Moho gris o botrytis (Botrytis cinerea)***

*Su desarrollo se ve favorecido por las bajas temperaturas y elevada humedad relativa, dando lugar a la aparición de un crecimiento fúngico gris sobre cualquier zona de crecimiento, flores, etc. Asimismo hay que cuidar las posibles heridas originadas en las operaciones de poda, ya que son fácilmente conquistadas por el patógeno.*

### **Control**

*-Para el control de la enfermedad resultan de gran importancia las prácticas preventivas, manteniendo la limpieza del invernadero, ventilación, con la eliminación de plantas o partes enfermas y realizando tratamientos con fungicidas a base de iprodiona y procimidona.*

### ***-Agallas o tumores (Agrobacterium tumefaciens)***

*Las agallas o tumores producidos por Agrobacterium tumefaciens se forman en el tallo hasta una altura de 50 cm sobre el suelo o en las raíces, penetrando por las heridas cuando la planta se desarrolla sobre suelo infectado.*

### **Control**

*-El suelo debe esterilizarse, preferentemente con vapor, antes de la siembra.*

*-Las plantas con síntomas se deben desechar.*

*-El control biológico de la agalla es posible con Agrobacterium radiobacter, cepa K84.*

### ***Mosaicos foliares***

*Esta denominación agrupa a diversas manifestaciones virales que afectan al follaje del rosal. El síntoma más común consiste en líneas cloróticas discontinuas en zig-zag generalmente dispuestas asimétricamente con relación al nervio medio. Las alteraciones cromáticas pueden venir acompañada de crispamientos y deformaciones del limbo. En una misma plantación, el grado de exteriorización y la severidad de los síntomas varían de un año a otro y no apareciendo nunca sobre el total del follaje, limitándose a algunas ramas, o pisos de hojas situados sobre la misma rama, quedando las demás partes del vegetal aparentemente sanas.*

*Aunque la incidencia viral sobre el crecimiento de los individuos enfermos no sea siempre evidente en el cultivo, algunos estudios han citado retrasos en la floración y reducción de la longevidad de las plantas.*

### **Control**

*La prevención contra las enfermedades víricas se basan por un lado en combatir los agentes que propagan la infección: pulgones, ácaros, trips, etc.; la limpieza de malas hierbas huéspedes dentro y fuera del invernadero y en evitar la transmisión mecánica, pues en ocasiones esta última suele ser la única vía de contaminación. Por tanto las medidas preventivas a tener en cuenta son las siguientes:*

- *Eliminación de las plantas enfermas y de las plantas sospechosas.*
- *Las herramientas empleadas en la multiplicación, recolección de flores y cortes de hojas, deberán esterilizarse en una solución al 2% de formaldehído y 2% de hidróxido sódico durante 6 segundos. También se puede emplear fosfato trisódico (377 g/litro de agua) o por calor a 200°C durante dos horas.*

- *Utilizar dos juegos de herramientas de corte y de guantes, trabajando con uno, mientras el otro permanece sumergido en la solución a intervalos, para esterilizarlos de cualquier virus que puedan estar presentes en ellos.*
- *No emplear sustratos contaminados de raíces infectadas, ni aguas de drenaje de plantas viróticas.*
- *No reutilizar los tutores de bambú, aunque sí los de aluminio, pues estos últimos se pueden esterilizar.*
- *Hacer test cada dos o tres años cuando se introducen nuevas variedades.*

Las plantaciones florícolas utilizan además de los plaguicidas una serie de insumos e implementos como plásticos, envases, etc., los mismos que luego de un tiempo son arrojados al medio ambiente o regalados a los trabajadores, por lo que se puede ver en las comunidades cientos de metros de plástico que se están desintegrando y generando contaminación a las aguas subterráneas y superficiales, al suelo y al aire. La falta de un control por parte de las autoridades de medio ambiente y de salud ha causado serios problemas en la salud de muchos trabajadores. Frente a este problema las empresas florícolas se deslindan de cualquier responsabilidad por no existir diagnósticos que prueben la alteración del organismo, cosa que las comunidades no pueden hacer porque los exámenes son demasiado caros y ellos no tienen dinero para cubrirlos.

## **2.8 Estructura**

### **2.8.1 Proyecto**

*Un proyecto es ni mas ni menos, la busqueda de una solucion inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana. Cualquiera que sea la idea que se pretende implentar, la inversion, la*

*metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva la búsqueda de proporciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana* (Nassir Sapag Chain, 2014, pág. pag 1 y 2) .

### **2.8.2 Misión**

*La misión de una empresa es la razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por lo tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo.* (Rodríguez, 2011, pág. 59)

### **2.8.3 Visión**

*Al Igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategia que se convierten en acciones e inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta* (Rodríguez, 2011, pág. 61).

La misión es el motivo o razón de ser de una empresa porque define lo que pretende cumplir en su entorno lo que pretende y para quien lo va hacer.

La visión es la imagen a futuro sobre como deseamos que sea la empresa o como individuos, su propósito es guiar, controlar y alentar a la organización para alcanzar un estado deseable es decir está orientado hacia el futuro.

## **2.9 El Mercado**

*El mercado esta conformado por la totalidad de los compradores y vendedores potenciales del producto o servicio que se vaya a elaborar según el proyecto, la estructura del mercado y el tipo de ambiente competitivo donde operan tanto los*

*oferentes como los compradores de un bien o servicio (Nassir Sapag Chain, 2014, pág. 43)*

Mercadeo se considera como la identificación, creación y mantenimiento de clientes satisfechos dentro de un marco rentable. Esto se logra a través de un proceso que acople las necesidades del consumidor con los recursos y objetivos de la compañía.

## **2.10 Financiamiento**

### **2.10.1 Ingresos**

*Los ingresos representan recursos que reciben el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito. Cuando el cliente no paga en efectivo por el servicio o producto, se produce una venta a crédito conocida como cuenta por cobrar. Los ingresos se consideran como tales en el momento que se presta el servicio o se vende el producto y no en el que se recibe el efectivo, lo que luego se explicara con más detalle (Gerardo Guajardo Cantú, 2014, pág. 43).*

### **2.10.2 Egresos**

*Según (Gerardo Guajardo Cantú, 2014). Manifiesta: Los gastos son activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyan el capital de la empresa. pag 43*

Los ingresos son los recursos que se recibe por la venta de un bien o servicio sea este en efectivo o a credito, los egresos son lo que se ha consumido para obtener una utilidad.

## **2.11 Estados Financieros**

### **2.11.1 Balance de Situación Financiera**

*Presenta la situación financiera del ente económico en una fecha determinada. Debe elaborarse por lo menos una vez por año, al cierre de cada periodo contable, pero para usos administrativos y por requerimientos legales se suele preparar para periodos más cortos: mensual, trimestral o semestral.*

*El Balance de Situación Inicial cumple con dos propósitos fundamentales: ofrecer información a usuarios externos de la organización, quienes sin tener acceso a sus registros contables se interesan en conocer la situación financiera, y como fuente de información a gerentes y demás ejecutivos para la toma de decisiones financieras. (González Sinisterra V, 2011, pág. 95)*

El balance de una empresa ayuda a los usuarios externos a determinar la liquidez, flexibilidad financiera y capacidad de operación de una empresa y evaluar la información sobre su desempeño de producción de ingresos durante el periodo contable.

### **2.11.2 Balance de Resultados**

*Es una de las herramientas financieras más importantes para evaluar la gestión económica de una organización, así como una importante guía en el proceso de toma de decisiones gerenciales.*

*El estado de resultados resume las transacciones correspondientes a los ingresos generados por el ente económico, así como los costos y gastos incurridos a lo largo de un periodo contable. De la diferencia de los dos conceptos anteriores se obtiene la utilidad o pérdida lograda por la empresa durante el periodo (González Sinisterra V, 2011, pág. 100).*

El estado de resultados es un estado financiero que muestra en forma ordenada el resultado del ejercicio durante un periodo contable, dicha información que se presenta en el mismo sirve para determinar la situación económica y asiste en la toma de decisiones. Además permite conocer si la empresa obtiene pérdida o ganancia en un período determinado, en este caso si el proyecto brindará una utilidad considerable.

### **2.11.3 Estado Flujo de Efectivo**

*Este muestra el efectivo originado y aplicado por el ente economico durante un periodo contable en sus actividades de operación, financiación e inversión. Su objetivo básico es proporcionar información sobre los recaudos y desembolsos de dinero de la organización, con el fin de que los usuarios puedan examinar la capacidad de la empresa para generar flujos favorables de efectivo.*

*El estado de flujo de efectivo permite además evaluar la capacidad de la organización para responder a sus obligaciones con proveedores, empleados, entidades financieras, accionistas o socios y demás acreedores. (Gonzalos Sinisterra V, 2011, pág. 109)*

El estado de flujo de efectivo permite conocer las variaciones de los activos circulantes tomando en consideración los flujos obtenidos en otros períodos en que se realizó la actividad económica de la empresa, es muy importante para evaluar el proyecto y es un estado que mide el comportamiento del efectivo en un periodo expreso y, por lo tanto constituye un indicador importante de la viabilidad de un proyecto o liquidez de una empresa.



## 2.12 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

### 2.12.1 Valor Actual Neto

*“El valor presente neto es simplemente la suma de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto. A efectos prácticos es la suma actualizada de los flujos netos de cada periodo” (CORDOBA, 2011, pág. 236)*

*Es un indicador financiero que refleja todos los flujos netos de cada periodo traídos al presente.*

### 2.12.2 Tasa Interna de Retorno

*La tasa interna de retorno conocida como TIR, refleja la tasa de interés o rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil. La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace el VAN del proyecto sea igual a cero (CORDOBA, 2011, pág. 242)*

*Es un indicador financiero que representa la rentabilidad del proyecto que se verá reflejado año tras año.*

### 2.12.3 Costo Beneficio

*FLORES U. Juan A. (2009). Expresa: Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocios, comparándola con los costos en que su ejecución se esperan incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa.” Pág. 119*

El costo beneficio sirve para comparar el valor actual de los ingresos de un proyecto con los costos que generará la empresa, este beneficio está dado por los ingresos, a mayor cantidad de ingresos que se obtengan; se tendrá mayor beneficio, indica el

beneficio que es generado a medida de nuestro capital invertido, producción y recursos que se han empleado.

#### **2.12.4 Periodo de Recuperación**

*BACA URBINA, Gabriel (2013) define lo siguiente: “Consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida por medio de los flujos de efectivos futuros que generará el proyecto.” (Pág. 212).*

El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que permite evaluar los procesos de inversión, mide tanto la liquidez como el riesgo permitiendo anticipar eventos futuros en el corto plazo.

#### **2.12.5 Punto de Equilibrio**

*Según (LACONTABILIDADDECOSTOSELAVIRTUALIDAD, 2014), “Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida.*

*Es necesario entender que, el incremento en el volumen de producción, genera visiblemente mayores ganancias, por lo que es necesario obtener un mínimo de producción, con la finalidad de cubrir los Costos Fijos y Variables. Cuyo análisis permitirá proyectar a la empresa con mayor seguridad y eficiencia.*

El punto de equilibrio es el nivel de producción dentro del cual los ingresos que resultan de las ventas son exactamente necesarios para cubrir los costos de producción, administración y venta, por lo tanto la empresa no genera ni utilidad, ni pérdida.

### **2.13 Estructura organizacional**

La misión del proyecto es ofrecer productos de buena calidad, acorde a todos los parámetros, satisfaciendo las necesidades de los clientes más exigentes del mercado y poder lograr ser líder en un periodo determinado brindando un buen servicio y de excelente calidad.

### **2.14 Impactos**

Los impactos forman parte de un plan de negocios ya que en él se analizan aspectos positivos y negativos que generara en diferentes áreas.

#### **2.14.1 Impacto económico**

El impacto económico es considerado muy importante porque en él se centra el interés de la población, con miras a incrementar los ingresos de las familias implicadas en el proyecto.

#### **2.14.2 Impacto educativo y empresarial**

El impacto educativo del proyecto se basa en darle una mejor utilización a los alimentos que brinda la naturaleza adecuando la tecnología para obtener un producto de calidad, así crear una visión empresarial de motivación a emprender aprovechando los recursos de la mejor manera.

#### **2.14.3 Impacto ambiental**

El impacto ambiental se debe a cualquier modificación de las condiciones ambientales, que afecten de manera directa a la naturaleza o que causen daños permanentes al ecosistema en el cual se desarrolla el proyecto.

## **CAPÍTULO III**

### **3 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Introducción**

El Estudio de Mercado establece el comportamiento de los posibles consumidores del producto, llamada oferta y la cantidad de personas que adquirirá el bien a producir por el proyecto en estudio. Determina la cantidad del producto que va a ser demandado, definiendo estrategias efectivas de precio, características del servicio e inclusive abordando los problemas de competencia y comercialización, lineamientos que ayuda a un buen posicionamiento del servicio en el mercado.

El presente capítulo tiene por objetivo determinar con claridad la cantidad posible de clientes que se dispondrá con el producto que se oferta. Además indicará si las características del producto son las que el cliente desea inclusive nos indica el tipo de clientes potenciales quienes serán los beneficiarios del presente proyecto.

Así mismo se establece una visión detallada del comportamiento de la demanda y la oferta y de las condiciones en que se encuentran a través de un análisis e interpretación de datos que permita comprender el comportamiento de estos elementos.

Finalmente, este estudio permite obtener la información necesaria en lo referente a precios y a la competencia en el mercado o bien imponer nuevos precios por alguna razón justificada y de acuerdo a esta información se determinará estrategias de mercado y posicionamiento para el producto que en este caso se va a ofertar.

El futuro del presente Proyecto tendrá sustento en la estructura actual y futura del mercado: la oferta y demanda, mercado de clientes, sus competidores, manejo de tasas de interés, publicidad de los servicios a prestar e imagen corporativa.

En definitiva, el presente Estudio de Mercado busca identificar el mercado para el producto a implantar, estimando racionalmente el número de consumidores o clientes, el nivel de consumo que tendrá el producto con la determinación de ciertas características, y determinadas tasas de interés, tipos de créditos y plazos de recuperación de los préstamos concedidos.

### **3.2 Objetivo general**

- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda que tendría el proyecto mediante una investigación de campo e identificar la demanda potencial a satisfacer.

### **3.3 Objetivos específicos**

- Describir las condiciones físico-químicas y las diversas presentaciones del producto.
- Determinar la cantidad de producto que las microempresas están ofertando actualmente y la posibilidad de expansión de la oferta.
- Analizar la cantidad de producto que requiere actualmente el mercado.
- Conocer el precio del producto en la actualidad.
- Señalar la forma cómo se va a comercializar el producto.
- Establecer los medios más convenientes para publicitar dicho producto.

### **3.4 Variable**

Es una palabra que representa a aquello que varía o que está sujeto a algún tipo de cambio. Se trata de algo que se caracteriza por ser inestable, inconstante y mudable.

Para el presente trabajo se ha estimado de gran importancia los siguientes:

- Precio
- Plaza

- Producto
- Publicidad
- Oferta
- Demanda
- Comercialización

### **3.4.1 Indicador**

Son variables que intentan medir u objetivar en forma cuantitativa o cualitativa, sucesos colectivos para así, poder respaldar acciones y demostrar el comportamiento de la variable y los indicadores para las variables mencionadas estas son:

#### **Precio**

- Mecanismo para determinar precios
- Margen de contribución o Financiamiento
- Precio actual
- Proyección de precio

#### **Plaza**

- Canales de distribución
- Puntos de venta
- Competencia
- Demanda potencial

#### **Producto**

- Variedad de productos
- Producción mensual
- Formas de presentación

## Publicidad

- Medios de promoción
- Descuentos

## Oferta

- Número de ofertantes
- Crecimiento de la oferta

## Demanda

- Demanda real
- Demanda potencial

## Comercialización

- Formas de comercialización
- Costos de distribución

**Tabla 3** Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTO
Describir las condiciones físico-químicas y presentación del producto.	PRODUCTO	Condiciones físico-químicas	Empresas distribuidoras	Observación
		Variedad de productos	Empresas distribuidoras	Entrevistas
		Producción mensual	Empresas	
		Formas de presentación	distribuidoras	
				Entrevistas
Determinar la cantidad de producto que las empresas están ofertando actualmente y la posibilidad de expansión de la oferta	OFERTA	Número de ofertantes	Empresas	Observación
		Crecimiento de la oferta	distribuidoras	Entrevistas
Analizar la cantidad de producto que requiere actualmente el mercado.	DEMANDA	Demanda real	Mercado Meta	Encuesta
		Demanda potencial		Observación
Conocer el precio del producto en la actualidad.	PRECIO	Precio actual	Mercado meta	Encuesta
		Proyección de precio	Empresas	
			Distribuidoras	Entrevista
Señalar la forma cómo se va a comercializar el producto.	COMERCIALIZACION	Formas de comercialización	Mercado meta	Encuesta
		Costos de distribución	Empresas distribuidoras	Entrevista
Establecer los medios más convenientes para publicitar dicho producto.	PUBLICIDAD	Medios de comunicación	Mercado meta	Encuesta
			Empresas	
		Descuentos	distribuidoras	Entrevista

Elaborado por: **La autora**



### 3.5 Identificación de la población

Está definida por la población de la ciudad de Ibarra, que hasta el año 2011 que es de 181.175 (urbano y rural) según datos proporcionados por el INEC.

### 3.6 Cálculo de la muestra

Para la aplicación de los instrumentos de la investigación se tomará en cuenta como población a la identificada como mercado objetivo, a una muestra respectiva de 139.721 personas residentes o flotantes (población urbana) en la ciudad de Ibarra, para establecer el consumo o demanda esperada de las flores.

#### FORMA DE CÁLCULO

$$n = \frac{z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + z^2 d^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

D = Varianza de la población

e = Error estándar estadísticamente aceptable 5%

z = Nivel de confianza

### 3.7 Instrumentos de investigación

Para la aplicación de los instrumentos de la investigación se tomará en cuenta como población a la identificada como mercado objetivo, a una muestra respectiva de 139.721 población urbana de la ciudad de Ibarra, para establecer el consumo o demanda de flores.

$$n = \frac{z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + z^2 d^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2 139721}{(0.05)^2 (139.721 - 1) + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = 384$$

### 3.7.1 Información Primaria

Para la obtención de esta información se utiliza la encuesta, que fue diseñada en base a las variables las cuales serán dirigidas a la población de la ciudad de Ibarra, para un mayor análisis del desarrollo de mercado se realizará una observación directa de cómo se encuentra el actual mercado de flores en la ciudad.

### 3.7.2 Información Secundaria

La información secundaria utilizada: Textos Especializados, Documentos relacionados con el tema, Internet, entre otros

### 3.7.3 Análisis de los gráficos

Los resultados están presentados por pregunta con su respectivo gráfico que muestra clara y dinámicamente las respuestas de cada una.

### Pregunta 1

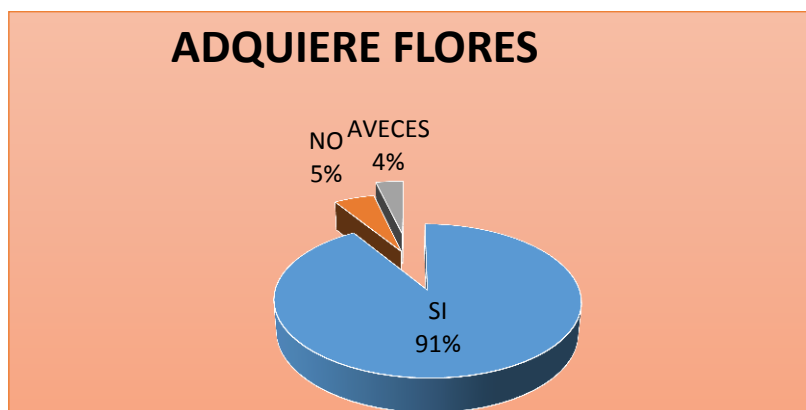
#### ¿Acostumbra adquirir arreglos florales?

**Tabla 4** Adquiere flores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	92%
NO	20	5%
AVECES	14	3%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 10** *Adquiere flores*

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

### Análisis

El 91% de las personas encuestadas en la ciudad de Ibarra, es decir la mayoría si adquiere flores para eventos sociales y funerarios, con un 5% afirman que no adquieren flores y la diferencia las compra a veces por lo que se llega a concluir que las personas prefieren adquirir flores naturales, la Microempresa pretende penetrar este mercado a través de la venta de flores.

## Pregunta 2

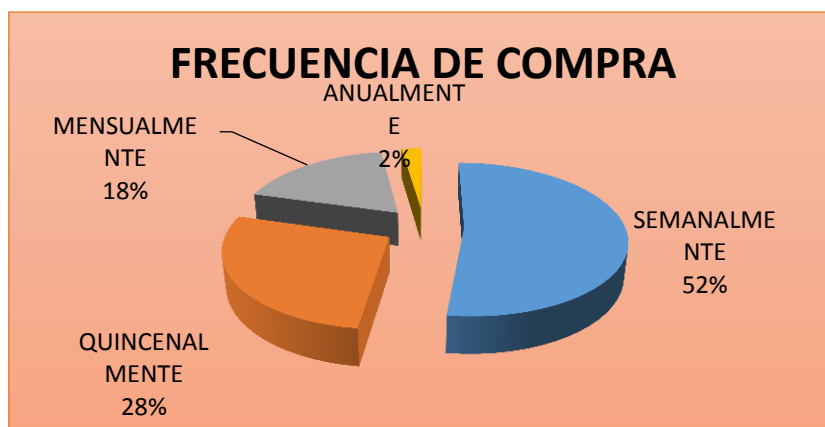
¿Si la respuesta anterior es positiva con qué frecuencia la realiza?

**Tabla 5** Frecuencia de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEMANALMENTE	200	53%
QUINCENALMENTE	105	27%
MENSUALMENTE	70	18%
ANUALMENTE	9	2%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 11** Frecuencia de compra

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

## Análisis

En esta pregunta se puede apreciar la acogida que tienen las personas a las flores, por lo que la mayoría las adquiere semanalmente con un porcentaje de 52%; con un 28% lo realiza quincenalmente, y la diferencia lo realizan en un pequeño porcentaje por lo que se puede tomar decisiones en cuanto a la comercialización, variedad de las flores, para satisfacer las necesidades, exigencias de los consumidores.

### Pregunta 3

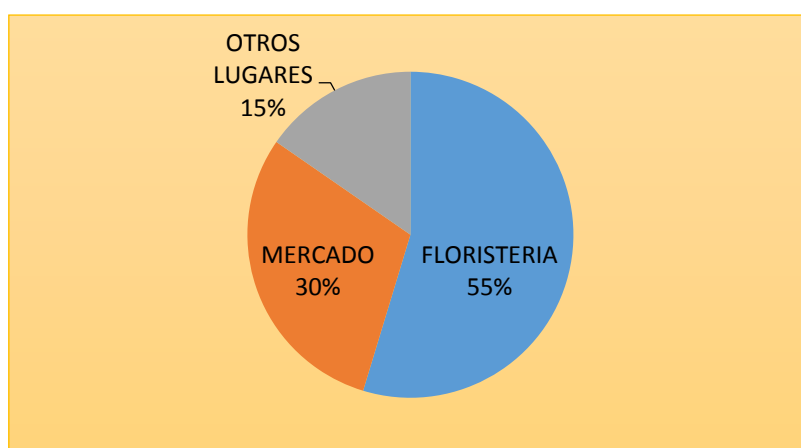
**¿En qué lugar prefiere comprar flores directamente al productor?**

**Tabla 6** Lugar de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FLORISTERIA	210	55%
MERCADO	115	30%
OTROS LUGARES	59	15%
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 12** Lugar de compra

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

### Análisis

Se concluye que existe una gran competencia en el mercado ya que la mayoría prefiere adquirir en floristerías en un 55%, otro porcentaje lo realiza en mercados de la ciudad en un 30%; y en un pequeño porcentaje adquiriéndolas en otros lugares como ferias y de las plantaciones, se determina que es un mercado que no ha sido explorado y se concluye que la Microempresa debe promocionar las flores.

#### Pregunta 4

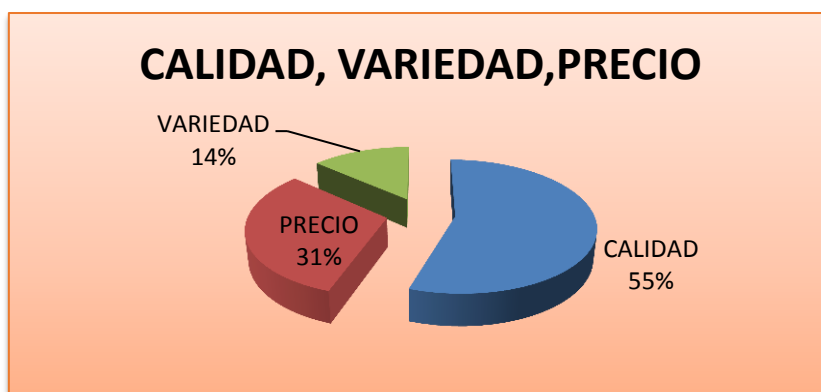
¿Cuándo usted compra este tipo de productos se fija en? Calidad, Precio, Variedad.

**Tabla 7** Calidad, variedad precio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	212	55%
PRECIO	120	31%
VARIEDAD	52	14%
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 13** Calidad, variedad, precio

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

#### Análisis

Las personas encuestadas afirman en un 55% que al momento de adquirir las flores toman en cuenta la calidad de la flor ya que es prioridad que sean frescas y que duren a partir del momento de la compra, en un 31% lo realiza fijándose en el precio y la diferencia las adquieren tomando en cuenta la variedad de las mismas.

### Pregunta 5

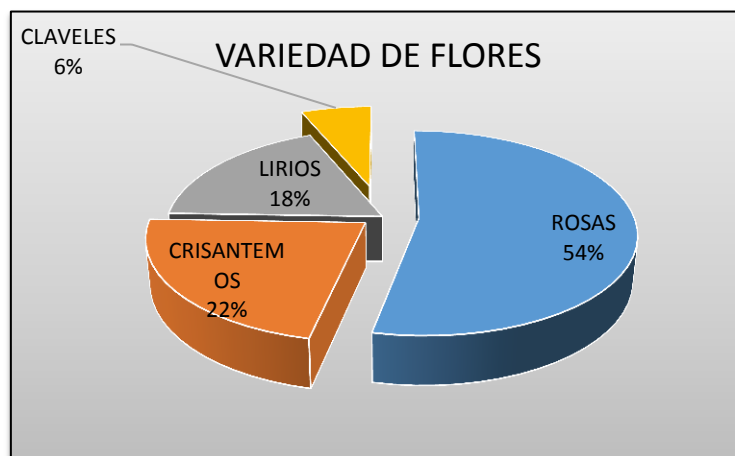
¿Cuándo usted compra este producto que tipo de flor prefiere?

**Tabla 8** Variedad de flores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ROSAS	205	54%
CRISANTEMOS	85	22%
LIRIOS	70	18%
CLAVELES	24	6%
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 14** Variedad de flores

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

### Análisis

Con los datos obtenidos de las personas encuestadas determina que el 54% prefiere adquirir rosas, en un 22% por su durabilidad prefiere los crisantemos, y la diferencia un 18% elige lirios, claveles por lo que es favorable para la Microempresa ya que con una comercialización de calidad se puede tener una buena acogida en el mercado y asegurar rentabilidad para la Microempresa.

## Pregunta 6

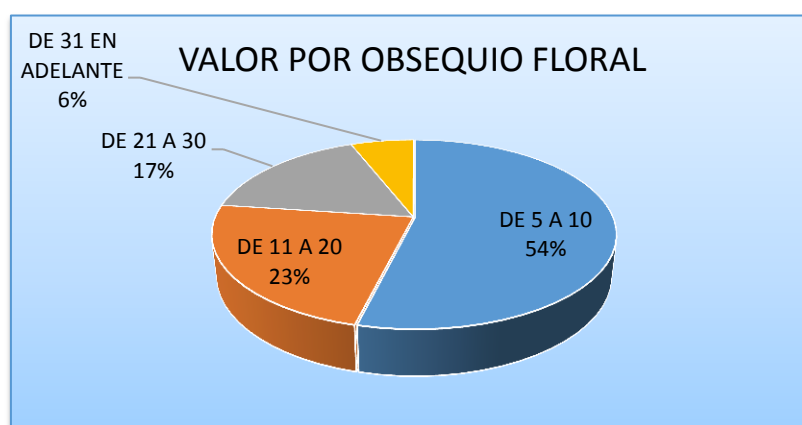
### ¿Cuánto suele pagar en promedio por un arreglo floral?

**Tabla 9** Valor por obsequio floral

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 5 A 10	207	54%
DE 11 A 20	89	23%
DE 21 A 30	65	17%
DE 31 EN ADELANTE	23	6%
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 15** Valor por obsequio floral

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

## Análisis

El 54% de las personas encuestadas, si estarían dispuestos a pagar de 5 a 10 dólares por un arreglo floral, en un 23% aseguran pagar de 11 a 20 dólares por el mismo producto, y el resto lo haría por precios más altos por lo que podemos concluir que la economía del país no es tan alta y prefieren adquirir productos de calidad pero a precios bajos en el mercado, lo que resulta favorable para la Microempresa ya que se proyecta una buena demanda del producto.



### Pregunta 7

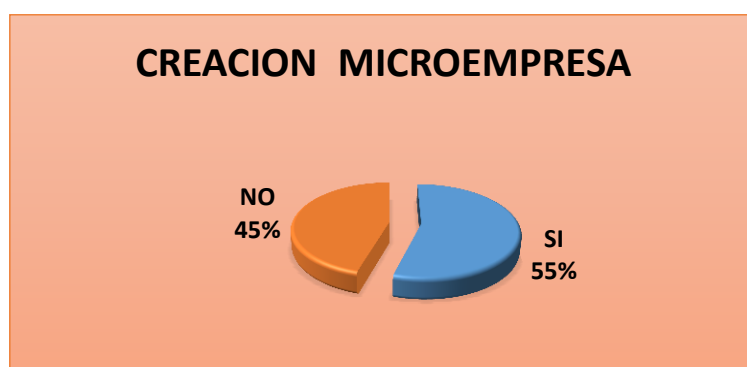
**¿Le gustaría que exista una distribuidora de flores que se dedique exclusivamente a la distribución y comercialización de flores en esta ciudad?**

**Tabla 10** Creación de una microempresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	210	55%
NO	174	45%
TODOS	384	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 16** Creación de una microempresa

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

### Análisis

Con respecto a que exista en la ciudad una distribuidora exclusivamente dedicada a la comercialización y distribución de flores es en su mayoría favorable con un 55% prefiere tener más cerca las flores y evitar el viaje a plantaciones por otro lado en un 45% de las personas si prefieren ir directamente a las plantaciones por el producto ya que tienen vehículo propio y dicen encontrar la flores más frescas y pueden elegir mayor variedad de estas.

### Pregunta 8

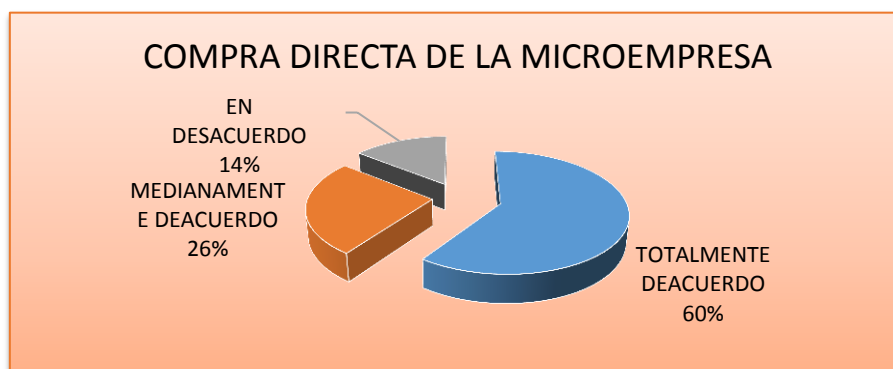
**¿Qué tan de acuerdo estaría usted en adquirir flores directamente de la microempresa?**

**Tabla 11** Compra directa en la microempresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE		
DEACUERDO	230	60%
MEDIANAMENTE		
DEACUERDO	99	26%
EN DESACUERDO	55	14%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 17** Compra directa en la microempresa

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

### Análisis

El 60% de los encuestados expresa que le gustaría que el producto se lo comercialice directamente desde la microempresa a crearse; sin embargo en un 26% se encuentran medianamente de acuerdo en la adquisición de flores desde la microempresa y la diferencia se encuentra en total desacuerdo de la implementación de esta se puede concluir que en la gran mayoría de personas encuestadas están de acuerdo en adquirir flores directamente de la microempresa lo cual es muy favorable para la creación de esta a fin de que sea muy aceptable por el público.

### Pregunta 9

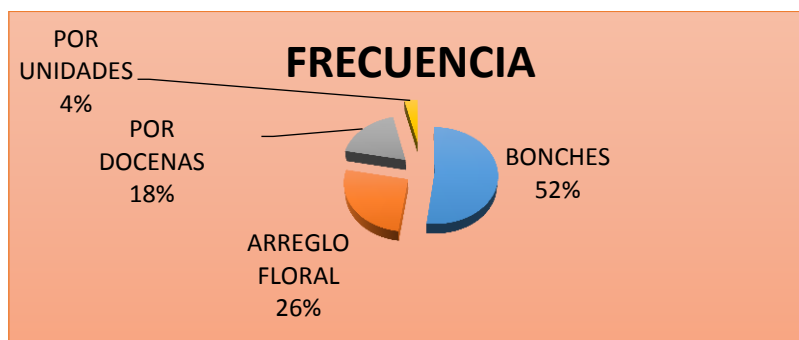
#### ¿Qué tipo de presentación de flores prefiere?

**Tabla 12** Frecuencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BONCHES	200	52%
ARREGLO FLORAL	100	26%
POR DOCENAS	70	18%
POR UNIDADES	14	4%
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 18** Frecuencia

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

### Análisis

En cuanto a la presentación de las flores las personas encuestadas afirman en un 52% la mayor parte prefiere adquirirlas por bonches ya que vienen directamente de su distribuidor y no han sido manipuladas ni estropeadas; seguido con un 26% eligió la adquisición de arreglos florales porque en ellos pueden apreciar variedad de flores en uno solo, la diferencia las prefiere en pequeñas cantidades se puede concluir que la comercialización de flores es muy acogida por las personas sea por paquetes o unidades se acostumbra comprarlas para diferentes eventos u ocasiones especiales por lo tanto la microempresa deberá analizar muy bien los costos para que tenga una rentabilidad razonable.

### Pregunta 10

**¿Qué medio de comunicación prefiere para publicidad del producto?**

**Tabla 13** Publicidad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INTERNET	210	55%
RADIO	123	32%
TELEVISION	51	13%
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora



**Ilustración 19** Publicidad

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado Por:** La Autora

### Análisis

Según las personas encuestadas el 55% afirma que prefiere que la publicidad de la microempresa sea por internet ya que en la actualidad la mayoría tiene acceso a las redes sociales y es mejor los anuncios por este medio; por otro lado el 32% elige la radio en su mayoría amas de casa que acostumbran escucharla desde muy temprano y en un pequeño porcentaje lo prefiere por anuncios en la televisión.

### **3.8 Identificación del Producto**

La microempresa pondrá a disposición de la población ibarreña flores de diferentes lugares y variados colores así como arreglos florales en los que se unirán la mayoría de estas en un solo obsequio.

Las flores se pondrán a la venta ya sea al por mayor o menor según el cliente lo requiera, en unidades, bonches completos, estas ventas son aprovechadas en las diferentes fechas especiales en que se acostumbra regalar flores en noviembre por ser día de los difuntos, febrero día del amor y la amistad, marzo en el día de la mujer y la mejor fecha del año donde incrementa las ventas, mayo por el día de las madres.

De igual manera se pondrá a disposición de instituciones que requieran nuestro servicio para sus eventos sociales, culturales y funerarios dando un servicio de calidad a la ciudad.

### **3.9 Canales de comercialización**

La comercialización se realizará bajo el mecanismo de contra entrega ya que es la forma que predomina en la ciudad de Ibarra debido que ésta es aplicada por todos los distribuidores existentes en esta zona tanto independientes como dependientes de los productores de flores. Esta forma de comercialización es necesaria para poder estar a la par con la competencia e ir posesionándose en el mercado.

El proceso de comercialización y distribución de las flores será de la siguiente manera: se realizará la visita previa a establecimientos o locales para la toma del pedido con un día de anticipación al día de entrega, luego se procederá a realizar la facturación del pedido, se entregará el producto, y la factura con crédito de 8 días que deberán ser cancelados en el plazo concedido. Las visitas y entregas serán semanales.

### 3.10 Análisis de la demanda

Al realizar el estudio de la demanda se contó con datos históricos sobre la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad del proyecto, ya que se debe tomar en cuenta la ocurrencia de los resultados del negocio que se va implementar con la aceptación del producto en el mercado.

Por lo tanto dentro del estudio de la demanda se determinarán las cantidades del producto que los clientes están dispuestos adquirir y que justifican la realización de la comercialización, se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición del poder adquisitivo suficiente y con gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades.

El comportamiento de la demanda se lo determinó en base al estudio de mercado que se realizó, tomando como población urbana el número de personas que existen en la ciudad de Ibarra, mismas que están conformadas por 139.721 personas de acuerdo a datos del INEC, en el cuál se determina que existe una demanda insatisfecha

### 3.11 Proyección de la demanda

Para estimar la demanda se requerirá de los datos de las encuestas, se tomará en cuenta el porcentaje de personas que ya han adquirido flores, la tasa de crecimiento en Imbabura es el 1.82% según el último censo del INEC.

#### Fórmula

$$D_n = D_o (1 + i)^n$$

Donde:

**D<sub>n</sub>**= Demanda Futura

**Do**= Demanda actual

**i**= Tasa de Crecimiento

**n**= Año Proyectado

**Tabla 14** Proyección de la demanda

<b>Año</b>	<b>Número de bonches</b>
Año base	22288
año 1	22293
año 2	22302
año 3	22315
año 4	22324
año 5	22333

**Elaborado por:** La Autora

### **3.11.1 Factores que afectan la oferta**

Los factores que inciden en la oferta en el mercado local, según la información obtenida consideramos que son los siguientes:

Inexistencia de pequeñas empresas dedicadas a la distribución y comercialización de flores para eventos sociales y funerarios.

Sistema de consumo tradicional (flores naturales).

Venta informal.

### 3.11.2 Proyección de la oferta

Para la proyección primeramente con la información se determinó la tasa de crecimiento de la oferta y luego la proyección de la oferta para los próximos 5 años para lo que se utilizó la fórmula:

$$M=(1+i)^n$$

Dónde:

M=monto

C=capital

i= tasa de crecimiento

n= cantidad de datos

**Tabla 15** Tasa de crecimiento de la oferta

<b>Año</b>	<b>OFERTA</b>
2016	44160
2017	44168,92
2018	44185,8
2019	44212,58
2020	44248,31

**Elaborado por:** La Autora



**Tabla 16** Proyección de la oferta por producto

FLORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rosa	11970	10604	10923	11252	11590
Crisantemos	2068	2139	2212	2287	2366
Claveles	3605	3714	3826	3940	4059
Gypsophilas	2060	2122	2186	2252	2320
Astromelias	1854	1910	1968	2028	2088
Lirios	2060	2122	2186	2252	2320
Margaritas	1545	1592	1640	1690	1740
Gladiolos	1030	1061	1093	1126	1160
Nardos x 100	4120	4244	4372	4504	4639
Jazmines	721	743	765	788	812
Tulipanes	618	636	656	676	696
Anturios	721	743	765	788	812
Orquídeas	515	531	547	563	580
Lisiantus	1034	1070	1106	1144	1183
Arreglos Florales	3090	3183	3279	3378	3480
Ilusiones carga	824	848	874	900	928
TOTAL	37835	37262	38398	39568	40773

**Elaborado por:** La Autora

### 3.12 Demanda Insatisfecha

La demanda potencial es el producto de la diferencia entre la demanda y la oferta que se presenta en la la ciudad de Ibarra

Es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

**Tabla 17** Demanda insatisfecha

Año	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	22288	44160	21872
2017	22293	44168,92	21876
2018	22302	44185,8	21884
2019	22315	44212,58	21897
2020	22324	44248,31	21924

**Elaborado por:** La Autora

### 3.13 Precio

El análisis de los precios se lo realizó mediante la encuesta planteada de lo que se terminó que:

- ✓ Los precios de los productos propuestos no son estandarizados
- ✓ Para determinar los precios de los productos a ofertarse depende de muchos aspectos como: temporada en la que se encuentre.
- ✓ En la actualidad en la ciudad de Ibarra no existen distribuidores que expendan flores directamente de los productores.

#### 3.13.1 Proyecciones de precio

Este producto va dirigido a personas de estratos económicos bajo, medio y alto, uno de los aspectos que se toma en cuenta para fijar los precios en la oferta de flores es de acuerdo a los diferentes niveles de ingresos que tienen al mercado al cual va dirigido el producto, tomando en cuenta que el promedio de precios manifestado por los encuestados oscila entre los 5 y 10 dólares en presentación de obsequios florales.

Para establecer el precio se tomará en cuenta los costos en los que se incurre al elaborar y distribuir el producto, el precio de los productos sustitutivos y el precio que los consumidores están dispuestos a pagar, tomando en cuenta un margen de utilidad que le permita a la pequeña empresa seguir produciendo.

El análisis de los flujos de caja muestra las entradas y salidas de efectivo durante la vida útil del proyecto, para la pequeña empresa de flores sus salidas obliga a buscar alternativas de financiamiento, para que al inicio de cada año el proyecto obtenga la solvencia necesaria para cumplir con sus obligaciones y seguir con la actividad comercial.

**Tabla 18** Proyecciones de precio

Análisis de Precios							
<u>Flores</u>	<u>Unid.Med.</u>	<u>P. Unit</u>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rosa	bonche	2	2,07	2,14	2,21	2,29	2,37
Crisantemos	Paquete	1,25	1,29	1,34	1,38	1,43	1,48
Claveles	bonche	1,5	1,55	1,60	1,66	1,72	1,77
Gypsophilas	Paquete	1,1	1,14	1,18	1,22	1,26	1,30
Astromelias	Paquete	2,5	2,59	2,67	2,77	2,86	2,96
Lirios	Docenas	4	4,14	4,28	4,42	4,58	4,73
Margaritas	Paquete	1,25	1,29	1,34	1,38	1,43	1,48
Gladiolos	Paquete	2	2,07	2,14	2,21	2,29	2,37
Nardos x 100	Ciento	25	25,86	26,74	27,65	28,60	29,58
Jazmines	Paquete	3,5	3,62	3,74	3,87	4,00	4,14
Tulipanes	Paquete	3,25	3,36	3,48	3,59	3,72	3,85
Anturios	Paquete	2	2,07	2,14	2,21	2,29	2,37
Orquideas	Paquete	3,5	3,62	3,74	3,87	4,00	4,14
Lisiantus	Paquete	1,5	1,55	1,60	1,66	1,72	1,77
Arreglos florales	und	12	12,41	12,83	13,27	13,73	14,20
Ilusiones carga	Paquete	4	4,14	4,28	4,42	4,58	4,73

**Elaborado por:** La Autora

La proyección de los precios de la variedad de flores se ha establecido de acuerdo a la inflación actual de 3,42 dando como resultado la proyección a futuro de 5 años por lo que podemos deducir que el proyecto es factible.

### 3.14 Estrategias

La estrategia que se aplica en la microempresa “Hilda” está ligada a los principios y las rutas fundamentales que orientan a los consumidores a hacer uso del servicio por lo que se ha tomado en cuenta cuatro pilares importantes como:

- Producto
- Precio

➤ Promoción

### 3.14.1 Estrategias de producto

La distribuidora de flores es una microempresa que oferta variedad de flores a la población ibarreña que frecuenta adquirirlas para regalarlas por diferentes eventos en diferentes fechas.

Esta microempresa se implantará para servir de intermediario entre el productor y el consumidor final ayudando a economizar tiempo, dinero y conseguir flores de excelente calidad.

El servicio que se ofrecerá en la microempresa debe dispersarse entre la población mas no limitarse, se empleará métodos donde al cliente se lo siga manteniendo en nuestro servicio tratando de mantenernos en el mercado competente para ello se pedirá sugerencias y recomendaciones.

Además se les ofrecerá servicios adicionales como transporte de puerta a puerta.

Para servir de la mejor manera se realizará un logotipo llamativo con un slogan interesante dirigido hacia los consumidores.



**Ilustración 20** *Flores exóticas para fechas especiales*

**Elaborado por:** La Autora

### **3.14.2 Estrategias publicidad**

En la publicidad se aplicara la estrategia de dar muestras gratis de nuestros productos para que el consumidor pueda dar fe de la calidad de flores que se ofertan lo que ayudara a informar a los posibles cliente de la existencia del servicio lo cual es primordial para el éxito de la microempresa pues es la manera en la que la población se entere de este nuevo servicio, volantes para pegar en escuelas, papelerías, lugares que son frecuentados por la ciudadanía para que se enteren de la existencia de la microempresa en la ciudad.

Además se pondrá anuncios vía internet ya que en la actualidad las personas permanecen conectadas en la redes sociales que ayudaran a informar a la ciudad sobre los productos ofertados.

### **3.14.3 Estrategias de precios**

La estrategia que se pretende aplicar para los precios de las flores va acorde a la temporada que se encuentre ya que en fechas especiales los productores expenden la flor al exterior haciendo que el precio de estas aumente y la flor escasea por tal motivo.

Las rosas se venderán en cualquier temporada a un valor 0,30 ctvs cada una dando el bonche completo de 25 rosas a \$3,50, los claveles a 0,25 ctvs y el bonche a 2,25 dado que el clavel blanco es muy consumido tanto para adorno como para medicina en el caso de los niños que se requiere su uso para baño.

Los obsequios florales se pondrán a la venta a precios accesibles hasta precios más altos desde un valor módico de \$5,00 hasta ofrendas grandes de 35,00 o del valor que el cliente requiera.

### **3.15 Conclusión del estudio de mercado**

Luego de haber realizado un análisis de las variables e indicadores se pudo concluir con lo siguiente:

- ✓ En la ciudad de Ibarra existe una demanda potencial, ya que en la ciudad no existen distribuidores que expendan productos directamente del productor al consumidor final que satisfagan las necesidades de las personas.
- ✓ Los precios de los productos están determinados según la variedad de flor que los clientes prefieran y de acuerdo al modelo de arreglo floral que requiere el cliente.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 ESTUDIO TÉCNICO**

- Elaborar el estudio técnico mediante la localización de técnicas e instrumentos de investigación para establecer la localización, tamaño e ingeniería del proyecto necesarios para la buena marcha del proyecto.

#### **4.1 Localización del proyecto**

##### **4.1.1 Macrolocalización**

La Macrolocalización comprende el establecimiento del lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto; para esto, es necesario tomar en cuenta varios aspectos como: La región, provincia, cantón o área geográfica, con el único objetivo de conocer con precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto. La selección de una macro zona permite a través de un análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles al descartar los sectores geográficos que no correspondan a las condiciones requeridas por el proyecto

El proyecto de comercialización y distribución de flores se localizará en la República del Ecuador, Región norte del país, en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia el Sagrario, Barrio 16 de Febrero.

Ibarra se encuentra al norte del País. 115 Km al noroeste de Quito y 125 Km, al sur de Tulcán, con una altura de 2225 metros sobre el nivel del mar, cuenta con un clima, templado seco y tiene 181.175 habitantes aproximadamente.



**Ilustración 21** *Ubicación de la provincia de Imbabura en el Ecuador*

**Fuente:** [www.mapaecuador.com](http://www.mapaecuador.com)

**Página:** Internet



**Ilustración 22** *Ubicación de la ciudad de Ibarra*

**Fuente:** Internet Google



#### **4.1.2 Microlocalización**

Para la ubicación de este proyecto se ha considerado ubicar la planta comercializadora en una casa disponible propiedad del Srta. Verónica Montalvo ubicada en la Parroquia el Sagrario, en la calle Juan Martínez de Orbe 2- 21 entre Cuenca y Zumba para establecer lo antes mencionado se ha tomado en cuenta lo siguiente:

##### ***4.1.2.1 Costos y Medios de Transporte***

Existen varias vías de acceso desde el centro de la ciudad de Ibarra que conducen a la parroquia el Sagrario. La vía es adoquinada apta para trasladar las materias primas para la comercialización y distribución de flores, además el transporte que existe en la zona es variado.

##### ***4.1.2.2 Costos y Disponibilidad de Mano de Obra***

La Mano de Obra con la que cuenta va a ser directa e indirecta, y su remuneración será en base a leyes establecidas en nuestro país, y por ende habrá mano de obra de calidad.

##### ***4.1.2.3 Cercanía de las Fuentes de Abastecimiento de Materias Primas***

Al encontrarse en un sector no muy lejano de la ciudad de Ibarra, es más fácil llegar, en caso de transportar materias primas, será menos costoso su transporte y ahorra tiempo.

##### ***4.1.2.4 Infraestructura***

La infraestructura es nueva, se cuenta con los servicios básicos necesarios para empezar con la comercialización de flores ya que las instalaciones cuentan con cuartos fríos adecuados para el mantenimiento de dichos productos.

#### ***4.1.2.5 Cercanía al Mercado***

La planta comercializadora está ubicada cerca de los mercados meta, es decir a pocos minutos lo cual facilita la distribución del producto al mercado en un menor tiempo minimizando gastos de transporte del producto.

#### ***4.1.2.6 Ambiente***

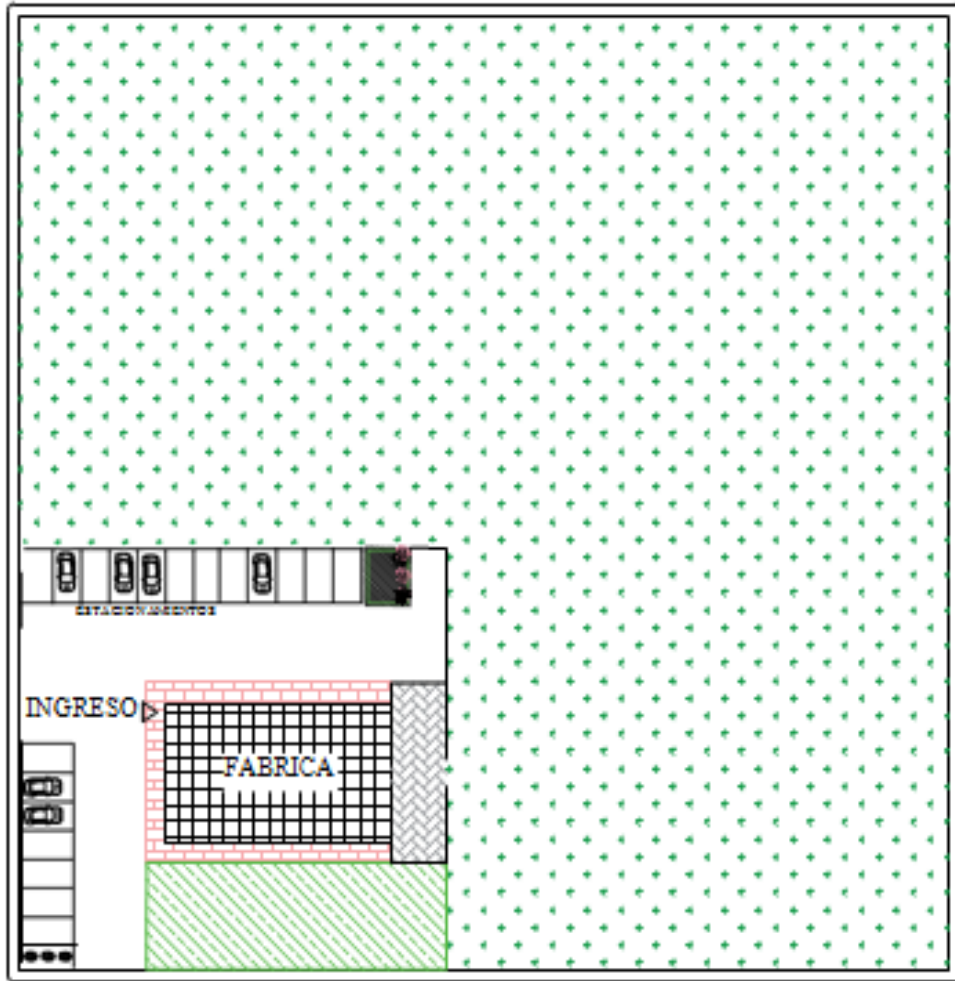
El clima de la zona en donde se piensa instalar la Microempresa dedicada a la comercialización de flores, es templado-seco, apropiado para el almacenamiento de las materias primas.

#### ***4.1.2.7 Comportamiento de la Competencia***

Existe una cultura de consumismo de flores naturales en nuestra ciudad por lo que la competencia es grande, pero afortunadamente las personas están interesadas en una nueva alternativa de distribución de este producto.

#### ***4.1.2.8 Planos de la Microlocalización***

Propiedad ubicada en el Cantón Ibarra, Parroquia el Sagrario, Barrio 16 de Febrero en la calle Juan Martínez de Orbe Número de casa 2-31 frente a las canchas del barrio 16 de Febrero diagonal a la gruta del Divino Niño Jesús del barrio mencionado.



**Ilustración 23 Planos**

Elaborado por: Arquitecto

#### **4.2 Tamaño del proyecto de la microempresa**

Las flores naturales son consideradas como una nueva alternativa de compra cerca de la ciudad de Ibarra y de acuerdo a las proyecciones y por el número de empleados que tendrá se considera una Microempresa.

#### **4.2.1 Capacidad o Tamaño**

La capacidad o tamaño se la realizó en función de la demanda insatisfecha, y se llegó a la conclusión que se necesita un espacio de 400 m<sup>2</sup> que van a ser distribuidos en Área Administrativa y Área de Comercialización.

El espacio físico será suficiente para poder brindar el servicio de comercialización y distribución de flores.

#### **4.3 Ingeniería Del Proyecto**

El objetivo general del estudio de ingeniería de proyectos es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo e insumos necesarios, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de la organización que debe tener la planta.

##### **4.3.1 Ubicación de la planta**

Las flores se la comercializará en la ciudad de Ibarra, Parroquia el Sagrario. La extensión del terreno es de 400 m<sup>2</sup>. El valor del terreno es de \$10.000, cuenta con sistemas de transportes que facilitará el aprovisionamiento de insumos, acceso a los proveedores así como también se cuenta con vías para una adecuada distribución hacia los canales de mercado.

##### **4.3.2 Rediseño de las Instalaciones**

Las instalaciones serán diseñadas para comercializar flores y para poder satisfacer la demanda potencial identificada.

La Microempresa estará dividida en dos plantas; en una planta se ubicarán las oficinas y en la otra planta se la utilizará para la comercialización; en donde se realizará los procesos necesarios para que se pueda cumplir con las necesidades de los consumidores.

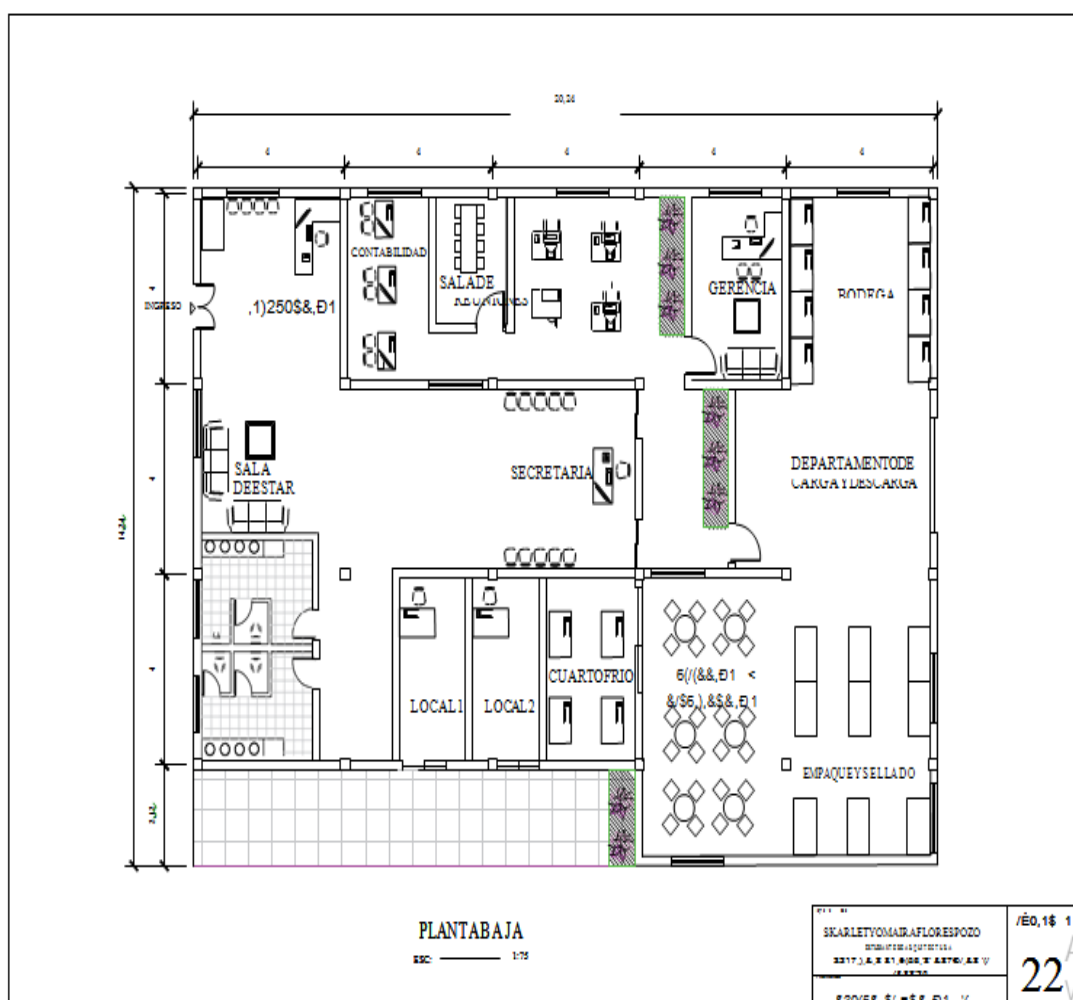
#### 4.3.2.1 Área Administrativa

Esta área consta de los siguientes departamentos: Gerencia, Secretaria-Contadora, Jefe de Comercialización empleados en su totalidad suman 400m<sup>2</sup>.

#### 4.3.2.2 Área de Comercialización

Esta área consta de tres partes distribuidos en: Bodega de productos terminados, Bodega de materia prima.

### REDISEÑO DE LAS INSTALACIONES



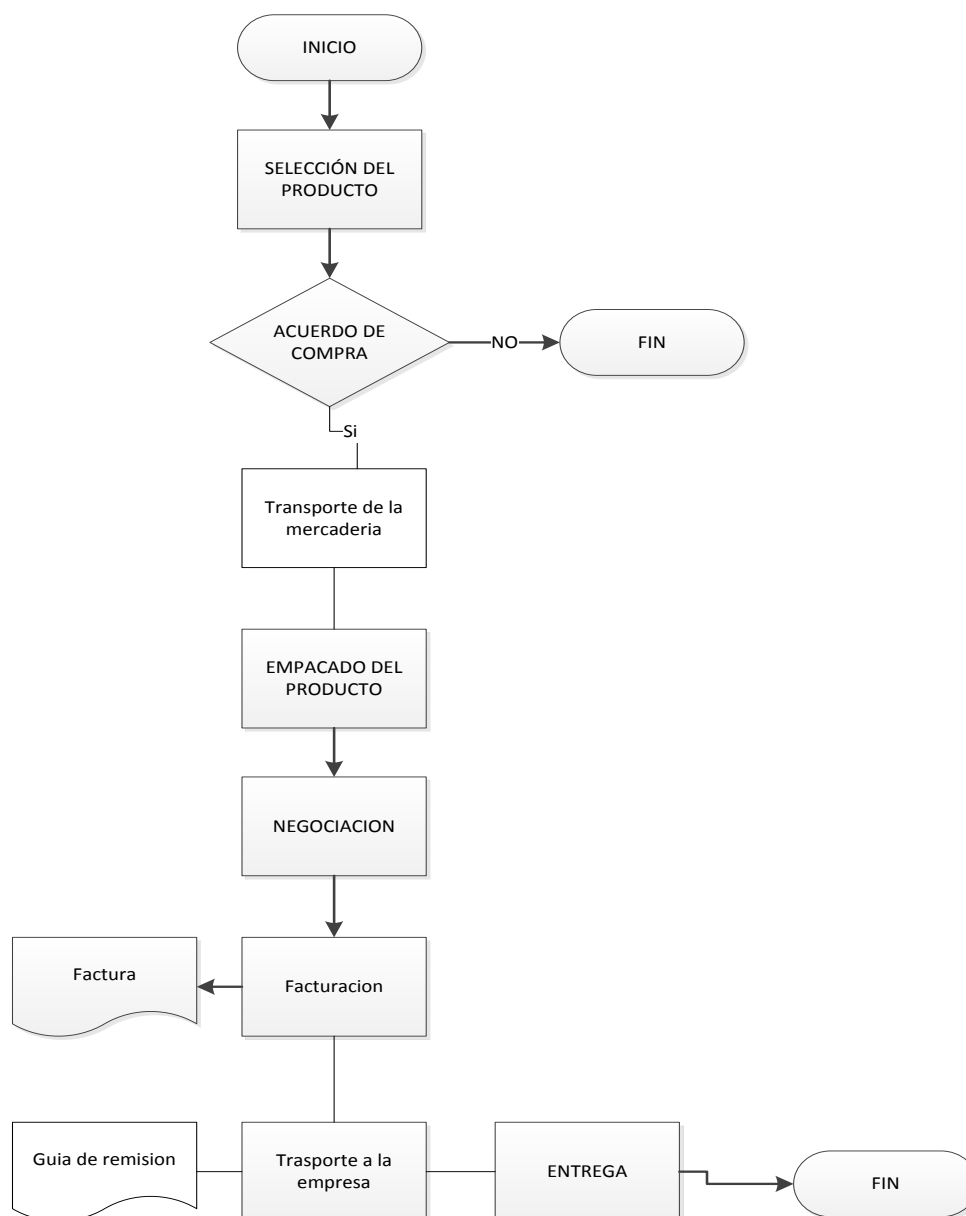
**Ilustración 24** Rediseño de las instalaciones

Elaborado por: Arquitecto

## 4.4 Flujograma de procesos

### 4.4.1 Proceso de Compra de la Materia Prima

#### DIAGRAMA DE FLUJO



**Ilustración 25** *Diagrama de flujo*

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 19** Proceso de compra de las flores

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Selección de materia prima	Vendedor a Productor
Negociar las condiciones para la compra de la materia prima	Gerente
Firmar un contrato de aceptación de la distribución del producto	Gerente
Aceptación del producto	Gerente
Pesado y Empacado del producto	Jefe de Producción
Negociación del pesado y empackado	Jefe de Producción
Control de calidad del producto.	Vendedor a Productor
Compra del producto	
<b>Fuente:</b> Investigación Propia	
<b>Elaborado por:</b> La Autora	

**Tabla 20** Proceso de venta de las flores

Atender al cliente y tomar su pedido.	Vendedor
Empacar el producto pedido por el cliente.	Vendedor
Facturar el pedido y cobrar el valor de la compra.	Secretaria/ Contador
Entrega de los productos y la factura de respaldo.	VENDEDOR
<b>Fuente:</b> Investigación Propia	
<b>Elaborado por:</b> La Autora	

Los principales proveedores de la Microempresa se encuentran ubicados en la ciudad de Cayambe, Tabacundo y la Esperanza, siendo esto una ventaja para la microempresa, ya que la distancia y el tiempo se simplificará en la compra de estos materiales.

Los proveedores más importantes son:

- Floristería Los Anturios
- Floristería Las Margaritas
- Floristería Los Lirios
- Mercado Amazonas
- Entre otros

#### **4.5 Descripción del Proceso de Comercialización**

El proceso de comercialización de flores consiste en la compra de materia prima, cortado, pesado, empaquetado, etiquetado y venta del producto

El primer paso es verificar que la materia prima, es decir las flores tenga las características físicas y químicas que garanticen la calidad del producto.

Para la comercialización de las flores se considera una secuencia de pasos que a continuación se describen.

##### **4.5.1 Adquisición de Materia Prima**

La materia prima que se necesita para la comercialización y distribución de flores son productos frescos y de excelente calidad. La adquisición de esta se lo realizará por cajas en el caso de las rosas, claveles entre otras variedades de flores que tendrán relación con el número de clientes a distribuir, la adquisición será en las diferentes fuentes de abastecimiento que tiene la ciudad de Ibarra.



Para la compra de materia prima se deberá tomar en cuenta aspectos como el volumen de ventas, capacidad de almacenamiento, capacidad de pago con referencia a los acuerdos que se haya establecido con los proveedores.

La materia prima se almacenará en la bodega diseñada para tal función, que debe cumplir con ciertas especificaciones de conservación del producto, como ambiente frío, ventilación y espacio.

#### **4.5.2 Cortado**

Una vez almacenada la materia prima en los cuartos fríos, se procede a cortar los tallos para ser depositados en baldes para su conservación fresca.

### **4.6 Presupuesto técnico**

#### **4.7 Inversión fija y variable del proyecto**

##### **4.7.1 Inversión Fija**

La inversión fija está dividido en tres áreas que son: administrativa, ventas y producción, en concordancia donde están ubicados los bienes

##### ***4.7.1.1 Propiedad Planta y Equipo Área Administrativa***

Los bienes de Propiedad Planta y Equipo que se necesitan para que la pequeña empresa de arreglos florales se dividen en tres áreas que son: Administrativa, Ventas y Producción en concordancia al siguiente detalle:

a) Los bienes muebles que se requieren en el área administrativa donde laborará el gerente y la auxiliar contable de acuerdo a las siguientes tablas:

**Tabla 21** Muebles de Oficina

<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/ UNITARIO</b>	<b>V/ TOTAL</b>
2 Escritorios		200,00	400,00
4 Sillas		30,00	120,00
1 Archivador		150,00	150,00
	<b>TOTAL</b>		<b>670,00</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 22** Equipo de Oficina

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
2	Sumadora	70	140,00
2	Teléfonos	50	80,00
2	Reloj de Pared	15	30,00
	<b>TOTAL</b>		<b>250,00</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 23** Equipos de Computación y Software

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
2	Computadores	400,00	800,00
1	Impresora	300,00	300,00
	<b>TOTAL</b>		<b>1.100,00</b>

Elaborado por: La autora

## b) Resumen del Área Administrativa

El total de bienes muebles en el área administrativa es de \$ 2.020,00

**Tabla 24** Resumen del Área Administrativa

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS		
NRO.	DESCRIPCION	v. total
<b>INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA</b>		
1	MUEBLES DE OFICINA	670,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	250,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.100,00
	subtotal	<b>2.020,00</b>

Elaborado por: La autora

### 4.7.1.2 Propiedad Planta y Equipo Área Ventas

La propiedad Planta y Equipo requerido por el área de ventas son: Muebles de Oficina, equipos de oficina, equipos de computación y software.

**Tabla 25** Muebles de Oficina Área ventas

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
1	Escritorios	200,00	200,00
2	Sillas	30,00	60,00
1	Archivador	150,00	150,00
2	Estanterías	15,00	30,00
	<b>TOTAL</b>		<b>440,00</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 26** Equipos de Computación y Software

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	Computadores	400,00	400,00
1	Impresora	300,00	300,00
<b>TOTAL</b>			<b>700,00</b>

**Elaborado por:** La autora

El total de activos fijos requeridos por el Área de Ventas es de \$ 1.140,00.

**Tabla 27** Inversiones Área ventas

	<b>INVERSIONES ÁREA VENTAS</b>	<b>VALOR</b>
1	MUEBLES DE OFICINA	<b>440,00</b>
2	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	700,00
	<b>Subtotal Ventas</b>	<b>1.140,00</b>

**Elaborado por:** La autora

#### ***4.7.1.3 Propiedad Planta y Equipo de Producción***

Para el área de Producción se necesitan equipo de producción, y equipos de seguridad de acuerdo al siguiente detalle:

**Tabla 28** Equipos de Producción

	<b>Unidad Medida</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
3	Podadoras	50,00	150,00
3	Tijeras	10,00	30,00
2	Pistola de Silicona	15,00	30,00
2	Alicates	5,00	10,00
4	Navajas	6,00	24,00
4	Cuchillo	1,50	6,00
4	Spray para flores	6,50	26,00
3	Oasis (cajas)	150,00	450,00
12	Copas para funerarias	15,00	180,00
<b>TOTAL...</b>			<b>1.175,50</b>

Elaborado por: La autora

Para sacar el permiso de bomberos se requieren equipos de seguridad de acuerdo al siguiente detalle:

**Tabla 29** Equipos de Seguridad

<b>CANTIDAD</b>	<b>EQUIPOS DE SEGURIDAD</b>	<b>v . Unitario</b>	<b>v. total</b>
2	EXTINTOR	60,00	120,00
	CÁMARAS DE VIGILANCIA		
2	INALAMBRICAS	200,00	400,00
1	ALARMA INALAMBRICA	150,00	150,00
	GABINETE PARA EL EQUIPO DE		
1	SEGURIDAD	80,00	80,00
	EQUIPO DE SEGURIDAD CON 10 M. DE		
1	MANGUERA	130,00	130,00
4	SEÑALETICAS	30,00	120,00
<b>Total Equipos de seguridad Producción</b>			<b>1.000,00</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 30** Inversiones Fijas para Producción

NRO.	INVERSIONES PRODUCTIVAS	VALOR
1	EQUIPO	1.175,50
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD	1.000,00
	<b>Subtotal</b>	<b>2.175,50</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>4.895,50</b>

Elaborado por: La autora

**4.7.1.4 Resumen de Inversiones Fijas**

La inversión fija de propiedad Planta y Equipo que se requiere para ejecutar la factoría es de \$ 5.335,50.

**Tabla 31** Resumen de Inversiones Fijas

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS		
NRO.	DESCRIPCION	v. total
<b>INVERSIONES ÁREA ADMINISTRATIVA</b>		
1	MUEBLES DE OFICINA	670,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	250,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.100,00
	subtotal	<b>2.020,00</b>
<b>INVERSIONES ÁREA VENTAS</b>		
1	MUEBLES DE OFICINA	<b>440,00</b>
2	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	700,00
	Subtotal Ventas	<b>1.140,00</b>
<b>INVERSIONES PRODUCTIVAS</b>		
1	EQUIPO	1.175,50
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD	1.000,00
	Subtotal	<b>2.175,50</b>
	<b>INVERSIONES</b>	<b>5.335,50</b>

Elaborado por: La autora

## 4.7.2 Inversión Variable

### 4.7.2.1 Capital de Trabajo

La inversión variable es el fondo rotativo necesario para cumplir con las obligaciones financieras administrativas como el pago de nómina, fondos de terceros, seguridad social, impuestos, adquisición de materia prima e insumos servicios básicos gastos de intereses por préstamo bancario que se necesitan mientras ingresan las primeras ventas y el capital de trabajo se calcula para dos meses. Todos los cálculos de proyecciones y explicaciones están en el Estudio Financiero.

**Tabla 32** Resumen para el capital de trabajo

<b>Resumen de Capital de Trabajo</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ANUAL</b>	<b>BI MENSUAL</b>
Costos de Producción	85.106,75	14.184,46
Gastos Administrativos	22.175,84	3.695,97
Gastos de ventas	16.008,20	2.668,03
Gastos Financieros	1.560,74	260,12
<b>TOTAL</b>	<b>130.726,32</b>	<b>21.787,72</b>

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 33** Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>VALOR</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	
MATERIA PRIMA	13.763,43
<b>SUBTOTAL</b>	<b>13.763,43</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>	<b>1.027,40</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN</b>	
Servicios básicos	162,76
Materiales e insumos	61,76
<b>SUBTOTAL</b>	<b>224,51</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
<b>Gasto arriendo</b>	412,04
Sueldos Administrativos	2.645,44
Materiales de oficina	31,32
Materiales de aseo	26,95
Gastos de Constitución	666,67
<b>SUBTOTAL</b>	<b>3.782,42</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Gastos de Publicidad	1.638,24
Sueldos Ventas	1.091,60
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.729,84</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>260,12</b>
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>21.787,72</b>

Elaborado por: La autora



#### 4.8 Inversión total del proyecto

La inversión total propia y financiada que se requiere para poner en marcha el proyecto es de  
\$ **26.683,22**

**Tabla 34** Resumen de Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES		
NRO.	DESCRIPCION	v. total
<b>INVERSIONES ADMINISTRATIVAS</b>		
1	MUEBLES DE OFICINA	670,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	250,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.100,00
<b>subtotal</b>		<b>2.020,00</b>
<b>INVERSIONES VENTAS</b>		
1	MUEBLES DE OFICINA	440,00
2	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	700,00
Subtotal Ventas		<b>700,00</b>
<b>INVERSIONES PRODUCTIVAS</b>		
1	EQUIPO	1.175,50
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD	1.000,00
<b>Subtotal</b>		<b>2.175,50</b>
<b>TOTAL</b>		<b>4.895,50</b>
CAPITAL DE TRABAJO		<b>21.787,72</b>
<b>INVERSIONES</b>		<b>26.683,22</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.9 Financiamiento del proyecto

Para que la micro empresa sea viable se requiere de \$ 26.683,22, de los cuales 43.78% se financiará con capital propio de \$ 11.683,22 y el 56.22%, se financiará con un préstamo al Banco del Ecuador (Ban Ecuador) ser Banco de estado los intereses son bajos y a largo plazo,

Préstamo \$ 15.000,00

Interés: 11,20 Para la pequeña industria

Plazo: 5 años.

**Tabla 35** Detalle del Capital

DETALLE DEL CAPITAL		
DESCRIPCION	VALOR	%
Capital Propio	11.683,22	43,78
Préstamo	15.000,00	56,22
<b>TOTAL</b>	<b>26.683,22</b>	<b>100,00</b>

**Elaborado por:** La autora

#### 4.10 Conclusión

Una vez analizado las variables correspondientes se llega a la conclusión:

Para un buen desempeño de las respectivas funciones debe establecerse el área de comercialización.

Para el tamaño del proyecto se evidencia que existe una amplia disponibilidad a la hora de la adquisición de los respectivos insumos. La capacidad instalada fue calculada de acuerdo al tiempo promedio que se demora en realizar un arreglo floral, la cual es de unos 15 minutos

dependiendo cual sea el requerimiento del cliente se contratará 1 empleada su rendimiento será de acuerdo a la clientela diaria, 375 mensuales y 4.500 anuales.

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1 Introducción**

Para el estudio financiero se establece en tres presupuestos que son: de Inversiones, Ingresos y Costos y gastos insumos para elaborar los Estados Financieros y seguidamente se realiza la evaluación financiera con el fin de orientar la gestión contable financiera y, finalmente, se procederá al cálculo de los evaluadores financieros del Proyecto, como son la Tasa de Rendimiento Medio, (TRM), Valor Actual Neto, (VAN), Recuperación del Dinero en el Tiempo (RDT), Costo Beneficio (C/B), Y NEL Punto de Equilibrio (PE) con la intención de determinar o no su factibilidad.

#### **5.2 Ingresos**

Para la proyección de ingresos para 5 años se determinarán las cantidades producidas en cada año multiplicado por el precio que tendrá un incremento de acuerdo a la proyección de la inflación del promedio de los cinco últimos años que es del 3.01 %. Los productos son arreglos florales y servicios que tendrán un crecimiento del proyecto del mismo porcentaje de la inflación.

#### **5.3 Proyección de ingresos**

Para el crecimiento de los ingresos están calculados con fórmula de crecimiento exponencial con el 3,01, tasa de crecimiento del proyecto y los precios se proyectan con la inflación promedio del 2012 al 2016 dando como resultado 3,01%.

**Tabla 36** Inflación

AÑO	INFLACIÓN	
2012	4,16%	
2013	2,70%	
2014	3,67%	
2015	3,38%	
2016	1,12%	
Total	15,03%	3,01%

Elaborado por: La autora

**Tabla 37** Proyección de Ingresos

Años Rubros	Año Base 2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b><u>VENTAS</u></b>						
Rosas	14000,00	14421,40	14855,48	15302,63	15763,24	16237,72
Precio	2,50	2,58	2,65	2,73	2,81	2,90
<b>Subtotal...</b>	<b>35.000,00</b>	<b>37.138,71</b>	<b>39.408,11</b>	<b>41.816,18</b>	<b>44.371,40</b>	<b>47.082,76</b>
Crisantemos	2000,00	2068,40	2139,14	2212,30	2287,96	2366,21
Precio	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25	2,32
<b>Subtotal...</b>	<b>4.000,00</b>	<b>4.261,32</b>	<b>4.539,71</b>	<b>4.836,28</b>	<b>5.152,24</b>	<b>5.488,83</b>
Astromelias	1800,00	1854,18	1909,99	1967,48	2026,70	2087,71
Precio	2,50	2,58	2,65	2,73	2,81	2,90
<b>Subtotal...</b>	<b>4.500,00</b>	<b>4.774,98</b>	<b>5.066,76</b>	<b>5.376,37</b>	<b>5.704,89</b>	<b>6.053,50</b>
Gypsophilas	2000,00	2060,20	2122,21	2186,09	2251,89	2319,67
Precio	1,75	1,80	1,86	1,91	1,97	2,03

<b>Subtotal...</b>	<b>3.500,00</b>	<b>3.713,87</b>	<b>3.940,81</b>	<b>4.181,62</b>	<b>4.437,14</b>	<b>4.708,28</b>
Claveles	3500,00	3605,35	3713,87	3825,66	3940,81	4059,43
Precio	4,00	4,12	4,24	4,37	4,50	4,64
<b>Subtotal...</b>	<b>14.000,00</b>	<b>14.855,48</b>	<b>15.763,24</b>	<b>16.726,47</b>	<b>17.748,56</b>	<b>18.833,10</b>
Lirios	2000,00	2060,20	2122,21	2186,09	2251,89	2319,67
Precio	5,50	5,67	5,84	6,01	6,19	6,38
<b>Subtotal...</b>	<b>11.000,00</b>	<b>11.672,17</b>	<b>12.385,41</b>	<b>13.142,23</b>	<b>13.945,30</b>	<b>14.797,44</b>
Margaritas	1500,00	1545,15	1591,66	1639,57	1688,92	1739,76
Precio	1,75	1,80	1,86	1,91	1,97	2,03
<b>Subtotal...</b>	<b>2625,00</b>	<b>2785,40</b>	<b>2955,61</b>	<b>3136,21</b>	<b>3327,86</b>	<b>3531,21</b>
Gladiolos	1000,00	1030,10	1061,11	1093,05	1125,95	1159,84
Precio	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69	1,74
<b>Subtotal...</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.591,66</b>	<b>1.688,92</b>	<b>1.792,12</b>	<b>1.901,63</b>	<b>2.017,83</b>
Nardos	4.000,00	4120,40	4244,42	4372,18	4503,78	4639,35
Precio	0,50	0,52	0,53	0,55	0,56	0,58
<b>Subtotal...</b>	<b>2.000,00</b>	<b>2.122,21</b>	<b>2.251,89</b>	<b>2.389,50</b>	<b>2.535,51</b>	<b>2.690,44</b>
Jazmines	700,00	721,07	742,77	765,13	788,16	811,89
Precio	4,00	4,12	4,24	4,37	4,50	4,64
<b>Subtotal...</b>	<b>2.800,00</b>	<b>2.971,10</b>	<b>3.152,65</b>	<b>3.345,29</b>	<b>3.549,71</b>	<b>3.766,62</b>
Tulipanes	600,00	618,06	636,66	655,83	675,57	695,90
Precio	3,75	3,86	3,98	4,10	4,22	4,35
<b>Subtotal...</b>	<b>2.250,00</b>	<b>2.387,49</b>	<b>2.533,38</b>	<b>2.688,18</b>	<b>2.852,45</b>	<b>3.026,75</b>
Anturios	700,00	721,07	742,77	765,13	788,16	811,89
Precio	4,00	4,12	4,24	4,37	4,50	4,64
<b>Subtotal...</b>	<b>2.800,00</b>	<b>2.971,10</b>	<b>3.152,65</b>	<b>3.345,29</b>	<b>3.549,71</b>	<b>3.766,62</b>
Orquídeas	500,00	515,05	530,55	546,52	562,97	579,92
Precio	4,50	4,64	4,77	4,92	5,07	5,22
<b>Subtotal...</b>	<b>2.250,00</b>	<b>2.387,49</b>	<b>2.533,38</b>	<b>2.688,18</b>	<b>2.852,45</b>	<b>3.026,75</b>
Lisiantus	1000,00	1034,20	1069,57	1106,15	1143,98	1183,10

Precio	2,50	2,58	2,65	2,73	2,81	2,90
<b>Subtotal...</b>	<b>2.500,00</b>	<b>2.663,32</b>	<b>2.837,32</b>	<b>3.022,68</b>	<b>3.220,15</b>	<b>3.430,52</b>
Ilusiones	800,00	824,08	848,88	874,44	900,76	927,87
Precio	3,00	3,09	3,18	3,28	3,38	3,48
<b>Subtotal...</b>	<b>2.400,00</b>	<b>2.546,65</b>	<b>2.702,27</b>	<b>2.867,40</b>	<b>3.042,61</b>	<b>3.228,53</b>
Arreglos florales	3000,00	3090,30	3183,32	3279,14	3377,84	3479,51
Precio	13,00	13,39	13,79	14,21	14,64	15,08
<b>Subtotal...</b>	<b>39.000,00</b>	<b>41.383,13</b>	<b>43.911,89</b>	<b>46.595,17</b>	<b>49.442,42</b>	<b>52.463,65</b>
<b>TOTAL</b>						
<b>INGRESOS</b>	<b>132125,00</b>	<b>140226,08</b>	<b>148823,99</b>	<b>157949,18</b>	<b>167634,02</b>	<b>177912,82</b>

Elaborado por: La autora

## 5.4 Egresos

### 5.4.1 Costos de Producción

Los costos de producción se recuperan en el momento en que se venden los productos y los tres elementos son: Materia Prima Directa, Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación.

#### 5.4.1.1 Materia Prima Directa

Es el principal elemento del costo porque los transforma en productos terminados o semi elaborados, y el crecimiento en precio y cantidades está en concordancia al presupuesto e ventas. 3,01 para el crecimiento 3,01 para los precios.





Cantidad paquete	1.500	1.545	1.592	1.640	1.689	1.740
Precio	1,25	1,29	1,33	1,37	1,41	1,45
<b>Total</b>	<b>1.875,00</b>	<b>1.989,57</b>	<b>2.111,15</b>	<b>2.240,15</b>	<b>2.377,04</b>	<b>2.522,29</b>
<b>Gladiolos</b>						
Cantidad paquete	1.000	1.030	1.061	1.093	1.126	1.160
Precio	1,00	1,03	1,06	1,09	1,13	1,16
<b>Total</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.061,11</b>	<b>1.125,95</b>	<b>1.194,75</b>	<b>1.267,75</b>	<b>1.345,22</b>
<b>Nardos x 100</b>						
Cantidad ciento	4.000	4.120	4.244	4.372	4.504	4.639
Precio	0,25	0,26	0,27	0,27	0,28	0,29
<b>Total</b>	<b>1.000,00</b>	<b>1.061,11</b>	<b>1.125,95</b>	<b>1.194,75</b>	<b>1.267,75</b>	<b>1.345,22</b>
<b>Jazmines</b>						
Cantidad paquete	700	721	743	765	788	812
Precio	3,50	3,61	3,71	3,83	3,94	4,06
<b>Total</b>	<b>2.450,00</b>	<b>2.599,71</b>	<b>2.758,57</b>	<b>2.927,13</b>	<b>3.106,00</b>	<b>3.295,79</b>
<b>Tulipanes</b>						
Cantidad paquete	600	618	637	656	676	696
Precio	3,25	3,35	3,45	3,55	3,66	3,77
<b>Total</b>	<b>1.950,00</b>	<b>2.069,16</b>	<b>2.195,59</b>	<b>2.329,76</b>	<b>2.472,12</b>	<b>2.623,18</b>
<b>Anturios</b>						
Cantidad paquete	700	721	743	765	788	812
Precio	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25	2,32
<b>Total</b>	<b>1.400,00</b>	<b>1.485,55</b>	<b>1.576,32</b>	<b>1.672,65</b>	<b>1.774,86</b>	<b>1.883,31</b>
<b>Orquídeas</b>						
Cantidad paquete	500	515	531	547	563	580
Precio	3,50	3,61	3,71	3,83	3,94	4,06
<b>Total</b>	<b>1.750,00</b>	<b>1.856,94</b>	<b>1.970,41</b>	<b>2.090,81</b>	<b>2.218,57</b>	<b>2.354,14</b>
<b>Lisiantus</b>						
Cantidad paquete	1.000	1.030	1.061	1.093	1.126	1.160

Precio	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69	1,74
<b>Total</b>	<b>1.500,00</b>	<b>1.591,66</b>	<b>1.688,92</b>	<b>1.792,12</b>	<b>1.901,63</b>	<b>2.017,83</b>
<b>Arreglos florales</b>						
Cantidad unidad	3.000	3.090	3.183	3.279	3.378	3.480
Precio	5,00	5,15	5,31	5,47	5,63	5,80
<b>Total</b>	<b>15.000,00</b>	<b>15.916,59</b>	<b>16.889,19</b>	<b>17.921,22</b>	<b>19.016,31</b>	<b>20.178,33</b>
<b>Ilusiones cargas</b>						
Cantidad paquete	800	824	849	874	901	928
Precio	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25	2,32
<b>Total</b>	<b>1.600,00</b>	<b>1.697,77</b>	<b>1.801,51</b>	<b>1.911,60</b>	<b>2.028,41</b>	<b>2.152,35</b>
<b>TOTAL</b>	<b>77.825,00</b>	<b>82.580,58</b>	<b>87.626,74</b>	<b>92.981,27</b>	<b>98.662,98</b>	<b>104.691,88</b>

**Elaborado por:** La autora

#### **5.4.1.2 Mano de Obra Directa**

La mano de obra Directa está relacionada con el talento humano encargado de la elaboración de arreglos florales. Para la proyección de salarios se toma en cuenta el promedio de las cinco últimas inflaciones, siendo el 3,01 % de promedio. Contará con un trabajador que recibirá una remuneración mensual unificada más componentes salariales, como Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto sueldo, Vacaciones, Fondos de Reserva, aporte Patronal.

**Tabla 39** Mano de Obra Directa

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
<b>SUELDO MENSUAL</b>					
<b>PERSONAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Trabajador	375	386,29	397,91	409,89	422,23
<b>MENSUAL</b>	<b>375</b>	<b>386,29</b>	<b>397,91</b>	<b>409,89</b>	<b>422,23</b>
<b>ANUAL</b>	<b>4500</b>	<b>4635,45</b>	<b>4774,98</b>	<b>4918,7</b>	<b>5066,76</b>

COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4500	4635,45	4774,98	4918,7	5066,76
Vacaciones	187,5	193,14	198,96	204,95	211,11
Aporte Patronal	546,75	563,21	580,16	597,62	615,61
Fondos de Reserva	-	-	397,76	409,73	422,06
Décimo Tercero	375	386,29	397,91	409,89	422,23
Décimo Cuarto	375	386,29	397,91	409,89	422,23
Total	5984,25	6164,38	6747,68	6950,78	7160

**Elaborado por:** La autora

#### ***5.4.1.3 Costos Indirectos de Producción***

Para la proyección se utilizarán los mismos parámetros que la materia prima.

Los costos indirectos de Fabricación son los complementos que se requieren para la elaboración de arreglos florales esto son: materiales e insumos, servicios básicos de acuerdo al siguiente detalle:

**Tabla 40** Materiales e Insumos

Materiales e insumos						
Descripción	Año Base 2017	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>Mallas decorativas</u></b>						
Cantidad	20,00	20,60	21,22	21,86	22,52	23,20
Valor metro	10,00	10,30	10,61	10,93	11,26	11,60
<b>Sub total</b>	<b>200,00</b>	<b>212,22</b>	<b>225,19</b>	<b>238,95</b>	<b>253,55</b>	<b>269,04</b>
<b><u>Espuma flex</u></b>						
Cantidad	12,00	12,36	12,73	13,12	13,51	13,92
Valor docena	2,00	2,06	2,12	2,19	2,25	2,32
<b>Sub total</b>	<b>24,00</b>	<b>25,47</b>	<b>27,02</b>	<b>28,67</b>	<b>30,43</b>	<b>32,29</b>
<b><u>Palillos</u></b>						
Cantidad	7,00	7,21	7,43	7,65	7,88	8,12
Valor caja	0,5	0,52	0,53	0,55	0,56	0,58
<b>Sub total</b>	<b>3,50</b>	<b>3,71</b>	<b>3,94</b>	<b>4,18</b>	<b>4,44</b>	<b>4,71</b>
<b><u>Cinta de Lazos diferentes</u></b>						
Cantidad	10,00	10,30	10,61	10,93	11,26	11,60
Valor unidad	2,5	2,58	2,65	2,73	2,81	2,90
<b>Sub total</b>	<b>25,00</b>	<b>26,53</b>	<b>28,15</b>	<b>29,87</b>	<b>31,69</b>	<b>33,63</b>
<b><u>Bolas decorativas</u></b>						
Cantidad	3,00	3,09	3,18	3,28	3,38	3,48
Valor caja	3	3,09	3,18	3,28	3,38	3,48
<b>Sub total</b>	<b>9,00</b>	<b>9,55</b>	<b>10,13</b>	<b>10,75</b>	<b>11,41</b>	<b>12,11</b>
<b><u>Mallas</u></b>						
Cantidad	3,00	3,09	3,18	3,28	3,38	3,48
Valor m	3,5	3,61	3,71	3,83	3,94	4,06
<b>Sub total</b>	<b>10,50</b>	<b>11,14</b>	<b>11,82</b>	<b>12,54</b>	<b>13,31</b>	<b>14,12</b>
<b><u>Alambre</u></b>						
Cantidad	3,00	3,09	3,18	3,28	3,38	3,48
Valor lib.	2,5	2,58	2,65	2,73	2,81	2,90
<b>Sub total</b>	<b>7,50</b>	<b>7,96</b>	<b>8,44</b>	<b>8,96</b>	<b>9,51</b>	<b>10,09</b>
<b><u>Spray para flores</u></b>						
Cantidad	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Valor Unidad	2,5	2,58	2,65	2,73	2,81	2,90
<b>Sub total</b>	<b>10,00</b>	<b>10,30</b>	<b>10,61</b>	<b>10,93</b>	<b>11,26</b>	<b>11,60</b>
<b><u>Base para arreglos florales</u></b>						
Cantidad	100,00	103,01	106,11	109,30	112,59	115,98
Valor Ciento	0,6	0,62	0,64	0,66	0,68	0,70
<b>Consumo (por año)</b>	<b>60,00</b>	<b>63,67</b>	<b>67,56</b>	<b>71,68</b>	<b>76,07</b>	<b>80,71</b>
<b>TOTAL...</b>	<b>349,50</b>	<b>370,55</b>	<b>392,87</b>	<b>416,55</b>	<b>441,66</b>	<b>468,30</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 41** Servicios Básicos producción

Servicios básicos						
Descripción	Año Base 2017	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>Luz</u></b>						
Consumo (por mes)	20,00	20,60	21,22	21,86	22,52	23,20
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>240,00</b>	<b>247,22</b>	<b>254,67</b>	<b>262,33</b>	<b>270,23</b>	<b>278,36</b>
<b><u>Agua</u></b>						
Consumo (por mes)	15,00	15,45	15,92	16,40	16,89	17,40
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>180,00</b>	<b>185,42</b>	<b>191,00</b>	<b>196,75</b>	<b>202,67</b>	<b>208,77</b>
<b><u>Teléfono</u></b>						
Consumo (por mes)	20,00	20,60	21,22	21,86	22,52	23,20
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>240,00</b>	<b>247,22</b>	<b>254,67</b>	<b>262,33</b>	<b>270,23</b>	<b>278,36</b>
<b><u>Internet</u></b>						
Consumo (por mes)	24,00	24,72	25,47	26,23	27,02	27,84
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>288,00</b>	<b>296,67</b>	<b>305,60</b>	<b>314,80</b>	<b>324,27</b>	<b>334,03</b>
<b>TOTAL...</b>	<b>948,00</b>	<b>976,53</b>	<b>1005,93</b>	<b>1036,21</b>	<b>1067,40</b>	<b>1099,53</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 42** Resumen de Costos Indirectos de Producción

Resumen de Costos Indirectos de Producción						
DESCRIPCION	AÑO BASE 2017	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios básicos	948,00	976,53	1005,93	1036,21	1067,40	1099,53
Materiales e insumos	349,50	370,55	392,87	416,55	441,66	468,30
<b>TOTAL</b>	<b>1297,50</b>	<b>1347,08</b>	<b>1398,80</b>	<b>1452,75</b>	<b>1509,06</b>	<b>1567,83</b>

Elaborado por: La autora

Para el primer año se requiere \$ 1.347,08. De Costos Indirectos de Fabricación.

### Costos de producción

**Tabla 43** Proyección Costos Producción

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE 2017	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	77.825,00	82.580,58	87.626,74	92.981,27	98.662,98	104.691,88
Mano de Obra Directa	5.984,25	6.164,38	6.747,68	6.950,78	7.160,00	7.375,52
Costos Indirectos de Producción	1.297,50	1.347,08	1.398,80	1.452,75	1.509,06	1.567,83
<b>TOTAL</b>	<b>85.106,75</b>	<b>90.092,03</b>	<b>95.773,22</b>	<b>101.384,80</b>	<b>107.332,04</b>	<b>113.635,23</b>

Elaborado por: La autora

## 5.4.2 Gastos Administrativos

### 5.4.2.1 Remuneraciones administrativas

Para el Talento Humano Administrativo se requiere un presupuesto de \$ 15.872,65, se refiere al Administrador Gerencial que viene a ser el dueño de la pequeña empresa y un auxiliar contable que es de apoyo.

**Tabla 44** Remuneraciones Administrativas

SUELDO MENSUAL						
AÑO BASE						
PERSONAL	2017	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador						
Gerencial	600,00	618,06	636,66	655,83	675,57	695,90
Auxiliar Contable	380,00	391,44	403,22	415,36	427,86	440,74
MENSUAL	980,00	1.009,50	1.039,88	1.071,18	1.103,43	1.136,64
ANUAL	11.760,00	12.113,98	12.478,61	12.854,21	13.241,12	13.639,68
COMPONENTES SALARIALES						
AÑO BASE						
DESCRIPCION	2017	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico						
Unificado	11.760,00	12.113,98	12.478,61	12.854,21	13.241,12	13.639,68
Vacaciones	490,00	504,75	519,94	535,59	551,71	568,32
Aporte Patronal	1.428,84	1.471,85	1.516,15	1.561,79	1.608,80	1.657,22
Fondos de Reserva	-	-	1.039,88	1.071,18	1.103,43	1.136,64
Décimo Tercero	980,00	1.009,50	1.039,88	1.071,18	1.103,43	1.136,64
Décimo Cuarto	750,00	772,58	795,83	819,78	844,46	869,88
Total	15.408,84	15.872,65	17.390,30	17.913,74	18.452,95	19.008,38

**Elaborado por:** La autora**5.4.2.2 Gastos Generales Administrativos**

Para la administración del proyecto se necesita de Arriendo, Materiales de Aseo y de Oficina y Gastos de Constitución para cumplir con requisitos legales de Ejecución del Proyecto.

**Tabla 45** Gasto de arriendo

<b>Gasto Arriendo</b>						
<b>AÑOS</b>						
<b>RUBROS</b>	<b>AÑO BASE 2017</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Arriendo</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
<b>Precio</b>	<b>200,00</b>	206,02	212,22	218,61	225,19	231,97
<b>Valor</b>	<b>2.400,00</b>	<b>2.472,24</b>	<b>2.546,65</b>	<b>2.623,31</b>	<b>2.702,27</b>	<b>2.783,61</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 46** Materiales de oficina

<b>Materiales de oficina</b>						
<b>AÑOS</b>						
<b>RUBROS</b>	<b>AÑO BASE 2017</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Grapadora</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Precio</b>	<b>6,00</b>	6,18	6,37	6,56	6,76	6,96
<b>Valor</b>	<b>12,00</b>		<b>12,73</b>	<b>13,12</b>	<b>13,51</b>	<b>13,92</b>
<b>Perforadora</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Precio</b>	<b>6,00</b>	6,18	6,37	6,56	6,76	6,96
<b>Valor</b>	<b>12,00</b>	<b>12,36</b>	<b>12,73</b>	<b>13,12</b>	<b>13,51</b>	<b>13,92</b>
<b>Carpetas archivadoras</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
<b>Precio</b>	<b>2,10</b>	2,16	2,23	2,30	2,36	2,44
<b>Valor</b>	<b>25,20</b>	<b>25,96</b>	<b>26,74</b>	<b>27,54</b>	<b>28,37</b>	<b>29,23</b>
<b>Factureros</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Precio</b>	<b>9,00</b>	9,27	9,55	9,84	10,13	10,44
<b>Valor</b>	<b>54,00</b>	<b>55,63</b>	<b>57,30</b>	<b>59,02</b>	<b>60,80</b>	<b>62,63</b>
<b>Carpetas plásticas</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
<b>Precio</b>	<b>0,65</b>	0,67	0,69	0,71	0,73	0,75
<b>Valor</b>	<b>15,60</b>		<b>16,55</b>	<b>17,05</b>	<b>17,56</b>	<b>18,09</b>
<b>Basureros</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Precio</b>	<b>12,00</b>	12,36	12,73	13,12	13,51	13,92
<b>Valor</b>	<b>48,00</b>	<b>49,44</b>	<b>50,93</b>	<b>52,47</b>	<b>54,05</b>	<b>55,67</b>
<b>Bolígrafos</b>						
<b>Cantidad</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>
<b>Precio</b>	<b>0,45</b>	0,46	0,48	0,49	0,51	0,52
<b>Valor</b>	<b>16,20</b>	<b>16,69</b>	<b>17,19</b>	<b>17,71</b>	<b>18,24</b>	<b>18,79</b>
<b>Papel Bond</b>						
<b>Cantidad (resmas)</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Precio</b>	<b>4,50</b>	4,64	4,77	4,92	5,07	5,22
<b>Valor</b>	<b>27,00</b>	<b>27,81</b>	<b>28,65</b>	<b>29,51</b>	<b>30,40</b>	<b>31,32</b>
<b>TOTAL</b>	<b>210,00</b>	<b>187,89</b>	<b>222,83</b>	<b>229,54</b>	<b>236,45</b>	<b>243,57</b>

Elaborado por: La autora



**Tabla 47** Materiales de aseo

Materiales de aseo						
DESCRIPCION	AÑO BASE 2017	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1 Escobas</b>						
Cantidad	6	6	6	6	6	6
Valor Unitario	3,50	3,61	3,71	3,83	3,94	4,06
Valor anual	21,00	21,63	22,28	22,95	23,64	24,36
<b>2 Detergente</b>						
Cantidad grande	6	6	6	6	6	6
Valor Unitario	7,00	7,21	7,43	7,65	7,88	8,12
Valor anual	42,00	43,26	44,57	45,91	47,29	48,71
<b>3 Trapeador</b>						
Cantidad	6	6	6	6	6	6
Valor Unitario	4,50	4,64	4,77	4,92	5,07	5,22
Valor anual	27,00	27,81	28,65	29,51	30,40	31,32
<b>4 Desinfectante</b>						
Cantidad galones	8	8	8	8	8	8
Valor Unitario	5,00	5,15	5,31	5,47	5,63	5,80
Valor anual	40,00	41,20	42,44	43,72	45,04	46,39
<b>5 Recogedor</b>						
Cantidad	3	3	3	3	3	3
Valor Unitario	6,00	6,18	6,37	6,56	6,76	6,96
Valor anual	18,00	18,54	19,10	19,67	20,27	20,88
<b>6 Franelas</b>						
Cantidad	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Valor Unitario	1,50	1,55	1,59	1,64	1,69	1,74
Valor anual	9,00	9,27	9,55	9,84	10,13	10,44
<b>TOTAL</b>	<b>157,00</b>	<b>161,73</b>	<b>166,59</b>	<b>171,61</b>	<b>176,77</b>	<b>182,09</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 48** Gastos de Constitución

<b>Gastos de Constitución</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/ UNITARIO</b>	<b>V/ TOTAL</b>
Elaboración del proyecto	1	1000	1.000,00
Registro Sanitario	1	1800	1.800,00
Patente Municipal	1	240	240,00
Permiso de funcionamiento	1	500	500,00
Gastos Organizativos	1	460	460,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.000,00</b>

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 49** Proyección Gastos Administrativos

<b>Proyección Gastos Administrativos</b>						
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO BASE 2017</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gasto Arriendo	2.400,00	2.472,24	2.546,65	2.623,31	2.702,27	2.783,61
Materiales de aseo	157,00	161,73	166,59	171,61	176,77	182,09
Materiales de oficina	210,00	187,89	222,83	229,54	236,45	243,57
Gastos Constitución	4.000,00	4.000,00				
Sueldos Administrativos	15.408,84	15.872,65	17.390,30	17.913,74	18.452,95	19.008,38
<b>TOTAL</b>	<b>22.175,84</b>	<b>22.694,50</b>	<b>20.326,38</b>	<b>20.938,20</b>	<b>21.568,44</b>	<b>22.217,65</b>

**Elaborado por:** La autora

El valor total de gastos administrativos que se requieren es de \$ 22.694,50, para poner en ejecución el proyecto en el 2018.

### 5.4.3 Gastos de Ventas

Para la comercialización del producto se requieren de Remuneración del Talento de Ventas, Gastos de Publicidad.

#### 5.4.3.1 Remuneraciones Ventas

Las remuneraciones de ventas con vendedor encargado de la venta del producto

**Tabla 50** Remuneraciones ventas

SUELDO MENSUAL						
PERSONAL	AÑO BASE 2017	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	400,00	412,04	424,44	437,22	450,38	463,93
MENSUAL	400,00	412,04	424,44	437,22	450,38	463,93
ANUAL	4.800,00	4.944,48	5.093,31	5.246,62	5.404,54	5.567,22
COMPONENTES SALARIALES						
DESCRIPCION	AÑO BASE 2017	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico						
Unificado	4.800,00	4.944,48	5.093,31	5.246,62	5.404,54	5.567,22
Vacaciones	200,00	206,02	212,22	218,61	225,19	231,97
Aporte Patronal	583,20	600,75	618,84	637,46	656,65	676,42
Fondos de Reserva	-	-	424,27	437,04	450,20	463,75
Décimo Tercero	400,00	412,04	437,60	478,73	523,74	572,97
Décimo Cuarto	375,00	386,29	397,91	409,89	422,23	434,94
Total	6.358,20	6.549,58	7.184,15	7.428,36	7.682,54	7.947,26

**Elaborado por:** La autora

### 5.4.3.2 Gastos Generales de ventas

#### a) Gastos de publicidad

Los gastos de publicidad están en concordancia a las estrategias planteadas en el estudio de mercado y la creación de una página web donde se promoverá el producto, y se venderá.

**Tabla 51** Gastos de Publicidad

Gastos de Publicidad						
AÑOS						
RUBROS	AÑO BASE 2017	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio Vocú	1080	1080	1080	1080	1080	1080
Cantidad(2 cuñas diarias)	<b>7,50</b>	7,73	7,96	8,20	8,44	8,70
<b>Total</b>	<b>8.100,00</b>	<b>8.343,81</b>	<b>8.594,96</b>	<b>8.853,67</b>	<b>9.120,16</b>	<b>9.394,68</b>
Tarjetas de presentación	2	2	2	2	2	2
Cantidad mil	<b>40,00</b>	41,20	42,44	43,72	45,04	46,39
<b>Total</b>	<b>80,00</b>		<b>84,89</b>	<b>87,44</b>	<b>90,08</b>	<b>92,79</b>
<b>Página WEB</b>						
Cantidad		1,00				
Unidad		950,00				
<b>Total</b>		<b>950,00</b>	-	-	-	-
<b>Diario el Norte</b>						
Cantidad(1 Publicación al mes)	12	12	12	12	12	12
<b>Precio</b>	<b>40,00</b>	41,20	42,44	43,72	45,04	46,39
<b>Total</b>	<b>480,00</b>	<b>494,45</b>	<b>509,33</b>	<b>524,66</b>	<b>540,45</b>	<b>556,72</b>
<b>Total</b>	<b>9.650,00</b>	<b>9.829,46</b>	<b>9.231,62</b>	<b>9.509,49</b>	<b>9.795,73</b>	<b>10.090,58</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 52** Proyección Gastos Ventas

Proyección Gastos Ventas							
DESCRIPCIÓN		AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		BASE 2017					
Gastos	de	9.650,00	9.829,46	9.231,62	9.509,49	9.795,73	10.090,58
Publicidad							
Sueldos Ventas		6.358,20	6.549,58	7.184,15	7.428,36	7.682,54	7.947,26
TOTAL		16.008,20	16.379,04	16.415,78	16.937,85	17.478,27	18.037,84

Elaborado por: La autora

#### 5.4.4 Gastos Financieros

##### Gastos Financieros

La tasa de interés de BAN- Ecuador será del 11,20 %, el cual, se divide para 12 meses dando el valor de 0,933333% mensual, o una tasa de interés mensual de 0,0093333. Para los 60 meses que dura el proyecto.

##### Requisitos

Copia blanco/negro o a color de la cédula de ciudadanía vigente y certificado de votación del último proceso electoral del cliente o garante y sus respectivos cónyuges, según sea el caso.

Copia del Registro Único de Contribuyentes, RUC, Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE.

Copia del comprobante de agua, energía eléctrica o teléfono del cliente y garante según sea el caso.

Los gastos financieros son los intereses bancarios generados por el préstamo otorgado por el Banco Nacional de Fomento, utilizándose la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

**Simbología y datos:**

Valor cuota:  $V_c = ?$

Monto del préstamo:  $M_p = 15.000 \text{ USD}$

Tasa interés mensual:  $i = 0,00933333$

Períodos:  $n = 60 \text{ meses (5 años)}$

$$V_c = \frac{(15\,000)(0,00933333)(1 + 0,00933333)^{60}}{[(1 + 0,00933333)^{60} - 1]} = 327,63$$

$V_c = 327,63 \text{ USD}$

**Tabla 53** Amortización de la deuda

NRO	CUOTA FIJA	GASTOS FINANCIEROS - INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	327,63	140,00	187,63	14.812,37
2	327,63	138,25	189,39	14.622,98
3	327,63	136,48	191,15	14.431,83
4	327,63	134,70	192,94	14.238,89
5	327,63	132,90	194,74	14.044,15
6	327,63	131,08	196,56	13.847,60
7	327,63	129,24	198,39	13.649,20
8	327,63	127,39	200,24	13.448,96
9	327,63	125,52	202,11	13.246,85
10	327,63	123,64	204,00	13.042,86
11	327,63	121,73	205,90	12.836,95
12	327,63	119,81	207,82	12.629,13
13	327,63	117,87	209,76	12.419,37
14	327,63	115,91	211,72	12.207,65
15	327,63	113,94	213,70	11.993,95
16	327,63	111,94	215,69	11.778,26
17	327,63	109,93	217,70	11.560,56
18	327,63	107,90	219,74	11.340,82
19	327,63	105,85	221,79	11.119,03
20	327,63	103,78	223,86	10.895,18
21	327,63	101,69	225,95	10.669,23
22	327,63	99,58	228,05	10.441,18
23	327,63	97,45	230,18	10.210,99
24	327,63	95,30	232,33	9.978,66
25	327,63	93,13	234,50	9.744,16

26	327,63	90,95	236,69	9.507,47
27	327,63	88,74	238,90	9.268,57
28	327,63	86,51	241,13	9.027,45
29	327,63	84,26	243,38	8.784,07
30	327,63	81,98	245,65	8.538,42
31	327,63	79,69	247,94	8.290,47
32	327,63	77,38	250,26	8.040,22
33	327,63	75,04	252,59	7.787,63
34	327,63	72,68	254,95	7.532,68
35	327,63	70,30	257,33	7.275,35
36	327,63	67,90	259,73	7.015,62
37	327,63	65,48	262,16	6.753,46
38	327,63	63,03	264,60	6.488,86
39	327,63	60,56	267,07	6.221,79
40	327,63	58,07	269,56	5.952,22
41	327,63	55,55	272,08	5.680,14
42	327,63	53,01	274,62	5.405,52
43	327,63	50,45	277,18	5.128,34
44	327,63	47,86	279,77	4.848,57
45	327,63	45,25	282,38	4.566,19
46	327,63	42,62	285,02	4.281,17
47	327,63	39,96	287,68	3.993,49
48	327,63	37,27	290,36	3.703,13
49	327,63	34,56	293,07	3.410,06
50	327,63	31,83	295,81	3.114,25
51	327,63	29,07	298,57	2.815,68
52	327,63	26,28	301,35	2.514,33
53	327,63	23,47	304,17	2.210,16
54	327,63	20,63	307,01	1.903,16
55	327,63	17,76	309,87	1.593,28
56	327,63	14,87	312,76	1.280,52
57	327,63	11,95	315,68	964,84
58	327,63	9,01	318,63	646,21
59	327,63	6,03	321,60	324,60
60	327,63	3,03	324,60	0,00
<b>TOTALES</b>	<b>19.658,07</b>	<b>4.658,07</b>	<b>15.000,00</b>	

Elaborado por: La autora

**Tabla 54** Interés anual al crédito financiero

TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO						
CONCEPTO/AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos financieros	1.560,74	1.281,14	968,57	619,13	228,48	4.658,07
CAPITAL	2.370,87	2.650,47	2.963,05	3.312,48	3.703,13	15.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.931,61</b>	<b>3.931,61</b>	<b>3.931,61</b>	<b>3.931,61</b>	<b>3.931,61</b>	<b>19.658,07</b>

Elaborado por: La autora

### 5.4.5 Presupuesto de Egresos

Los egresos proyectados están dados por los costos y gastos durante los cinco años de vida útil del proyecto. Esta tabla sirve para el cálculo del capital de trabajo y el Costo Beneficio.

**Tabla 55** Presupuesto de Egresos

<b>PRESUPUESTO DE EGRESOS</b>					
<b>CONCEPTO/ AÑOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>GASTO PERSONAL</b>					
Mano de Obra Directa	6.164,38	6.747,68	6.950,78	7.160,00	7.375,52
Remuneraciones Administrativas	15.872,65	17.390,30	17.913,74	18.452,95	19.008,38
Remuneraciones ventas	6.358,20	7.184,15	7.428,36	7.682,54	7.947,26
<b>TOTAL</b>	<b>28.395,22</b>	<b>31.322,13</b>	<b>32.292,89</b>	<b>33.295,50</b>	<b>34.331,16</b>
<b>COSTOS Y GASTOS</b>					
Materia Prima Directa	82.580,58	87.626,74	92.981,27	98.662,98	104.691,88
Costos Indirectos Producción	1.347,08	1.398,80	1.452,75	1.509,06	1.567,83
Gastos Administrativos	6.821,86	2.936,08	3.024,46	3.115,49	3.209,27
Gastos de ventas	10.020,84	9.231,62	9.509,49	9.795,73	10.090,58
Gastos Financieros	1.560,74	1.281,14	968,57	619,13	228,48
<b>TOTAL</b>	<b>102.331,10</b>	<b>102.474,39</b>	<b>107.936,54</b>	<b>113.702,39</b>	<b>119.788,04</b>
	<b>21.787,72</b>				
<b>Depreciaciones</b>	953,55	953,55	953,55	953,55	953,55
<b>Utilidades trabajadores</b>	1.281,93	2.111,09	2.514,93	2.952,39	3.426,01
<b>Impuesto Renta</b>	-	33,64	148,06	389,02	685,89
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>132.961,80</b>	<b>136.894,80</b>	<b>143.845,97</b>	<b>151.292,84</b>	<b>159.184,65</b>

Elaborado por: La autora



## 5.5 Depreciaciones

“La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

a) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

b) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

c) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.

En concordancia al Reglamento de Aplicación de Régimen Interno del SRI

**Tabla 56** Resumen de depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACIÓN								
Nº	DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>								
1	MUEBLES DE OFICINA	67,00	67,00	67,00	67,00	67,00	335,00	335,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00	125,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	366,67	366,67	366,67			1.100,00	-
4	Reinversión Equipos de computación				366,67	366,67	733,33	366,67
	<b>subtotal</b>	<b>458,67</b>	<b>458,67</b>	<b>458,67</b>	<b>458,67</b>	<b>458,67</b>	<b>2.293,33</b>	<b>826,67</b>
<b>ÁREA DE VENTAS</b>								
1	MUEBLES DE OFICINA	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	220,00	220,00
2	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	233,33	233,33	233,33			700,00	-
	Reinversión Equipos de computación				233,33	233,33	466,67	233,33
	<b>Subtotal Ventas</b>	<b>277,33</b>	<b>277,33</b>	<b>277,33</b>	<b>277,33</b>	<b>277,33</b>	<b>1.386,67</b>	<b>453,33</b>
<b>INVERSIONES PRODUCTIVAS</b>								
1	EQUIPO	117,55	117,55	117,55	117,55	117,55	587,75	587,75
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	500,00	500,00
	<b>Subtotal</b>	<b>217,55</b>	<b>217,55</b>	<b>217,55</b>	<b>217,55</b>	<b>217,55</b>	<b>1.087,75</b>	<b>1.087,75</b>
	<b>TOTAL USD.....</b>	<b>953,55</b>	<b>953,55</b>	<b>953,55</b>	<b>953,55</b>	<b>953,55</b>	<b>4.767,75</b>	<b>2.367,75</b>

Elaborado por: La autora

**Tabla 57** Resumen de las depreciaciones

NRO.	BIENES	PORCENTAJE	AÑOS	REINVERSIÓN	INVERSIÓN
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>					
1	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		670,00
2	EQUIPOS DE OFICINA	10%	10 AÑOS		250,00
3	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33,33%	3 AÑOS		1.100,00
	Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 AÑOS	1.100,00	
<b>ÁREA DE VENTAS</b>					
1	MUEBLES DE OFICINA	10%	10 AÑOS		440,00
2	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33%	3 AÑOS		700,00
	Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 AÑOS	700,00	
<b>INVERSIONES OPERATIVAS</b>					
1	EQUIPO	10%	10 AÑOS		1.175,50
2	EQUIPOS DE SEGURIDAD	10%	10 AÑOS		1.000,00
<b>TOTAL USD.....</b>				<b>1.800,00</b>	<b>5.335,50</b>

Elaborado por: La autora

## 5.6 Estados financieros presupuestados

### 5.6.1 Estado de Resultados Integral

Este estado es el resultado los ingresos y egresos que se aspira generar en los años futuros siendo indispensable para la evaluación financiera.

**Tabla 58** Estado de pérdidas o ganancia proyectado

<b>ESTADO DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO</b>					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>133.912,50</b>	<b>137.545,39</b>	<b>145.981,39</b>	<b>154.934,92</b>	<b>164.437,74</b>
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>133.912,50</b>	<b>137.545,39</b>	<b>145.981,39</b>	<b>154.934,92</b>	<b>164.437,74</b>
<b>(-) Costos de Operativos</b>	<b>90.309,58</b>	<b>95.990,77</b>	<b>101.602,35</b>	<b>107.549,59</b>	<b>113.852,78</b>
<b>UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL</b>	<b>43.602,92</b>	<b>41.554,61</b>	<b>44.379,04</b>	<b>47.385,33</b>	<b>50.584,96</b>
<b>GASTOS ADMINISTRACION</b>	<b>23.153,17</b>	<b>20.785,04</b>	<b>21.396,87</b>	<b>22.027,11</b>	<b>22.676,32</b>
Gasto Arriendo	2.472,24	2.546,65	2.623,31	2.702,27	2.783,61
Materiales de aseo	161,73	166,59	171,61	176,77	182,09
Materiales de oficina	187,89	222,83	229,54	236,45	243,57
Gastos Constitución	4.000,00				
Sueldos Administrativos	15.872,65	17.390,30	17.913,74	18.452,95	19.008,38
Gastos depreciación	458,67	458,67	458,67	458,67	458,67
<b>GASTOS VENTAS</b>	<b>16.656,38</b>	<b>16.693,11</b>	<b>17.215,19</b>	<b>17.755,61</b>	<b>18.315,17</b>
Gastos Personal	6.549,58	7.184,15	7.428,36	7.682,54	7.947,26
Gastos Publicidad	9.829,46	9.231,62	9.509,49	9.795,73	10.090,58
Gastos depreciación	277,33	277,33	277,33	277,33	277,33
<b>UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL</b>	<b>3.793,37</b>	<b>4.076,46</b>	<b>5.766,98</b>	<b>7.602,62</b>	<b>9.593,47</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.560,74</b>	<b>1.281,14</b>	<b>968,57</b>	<b>619,13</b>	<b>228,48</b>
Intereses Pagados	1.560,74	1.281,14	968,57	619,13	228,48
<b>UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO</b>	<b>2.232,63</b>	<b>2.795,32</b>	<b>4.798,41</b>	<b>6.983,49</b>	<b>9.364,99</b>
Participación trabajadores 15 %	334,89	419,30	719,76	1.047,52	1.404,75
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.897,74</b>	<b>2.376,02</b>	<b>4.078,65</b>	<b>5.935,96</b>	<b>7.960,24</b>

Elaborado por: La autora

Según lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno, 2015 la empresa gozará de una “**exoneración del pago del impuesto a la renta durante 5 años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles, directamente y únicamente a la nueva inversión**” (Art. 9.1)

### 5.6.2 Estado Financiero

**Tabla 59** Estado Financiero Proforma

ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA					
BALANCE DE APRANQUE					
AÑO 0					
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			<b>21,787,12</b>		
Caja-Bancos	21,787,12		Cuentas por pagar corto plazo	2.370,87	
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>896,10</b>		
EQUIPOS DE OFICINA	2.133,50	<b>341,10</b>	Cuentas por pagar largo plazo	12.629,13	
(-) Dep. Acum Equipo de oficina	1.792,40				
Muebles de oficina	1.110,00	<b>555,00</b>			
(-)Dep.Acum.Muebles de oficina	555,00				
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>					
Gasto de Constitución	4.000,00	<b>4.000,00</b>			
			Aporte Capital	11.683,22	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>26.683,22</b>	<b>PATRIMONIO</b>		<b>26.683,22</b>

**Elaborado por:** La autora

### 5.6.3 Estado de Flujo de Caja

El estado de Flujo de Caja, permite medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la pequeña empresa en el periodo determinado, permitiendo determinar los recursos necesarios para pagar obligaciones.

**Tabla 60** Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Capital propio	(11.683,22)				
Capital Financiado	(15.000,00)				
INVERSION TOTAL	(26.683,22)				
Utilidad del Ejercicio	7.264,28	11.929,19	14.103,21	16.341,17	18.728,18
(+) Depreciaciones	953,55	953,55	953,55	953,55	953,55
TOTAL DE INGRESOS	8.217,83	12.882,74	15.056,76	17.294,72	19.681,73
Egresos					
Pago de deuda	2.370,87	2.650,47	2.963,05	3.312,48	3.703,13
Reinversión				1.800,00	
(-) Total de egresos	2.370,87	2.650,47	2.963,05	5.112,48	3.703,13
(+) Recuperación efectivo					21.787,72
(+) Recuperación Activos Fijos					
(saldo en libros)					2.367,75
FLUJO NETO	(26.683,22)	5.846,96	10.232,27	12.093,71	12.182,24
					40.134,07

Elaborado por: La autora

RECUPERACIÓN EFECTIVA	
CAPITAL DE TRABAJO	21.787,72
RECUPERACION ACTIVOS	
O SALDO EN LIBROS	2.367,75
TOTAL	24.155,47

## 5.7 Evaluación Financiera

### 5.7.1 Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

**Tabla 61** Tasa de Rendimiento Medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO		
INV. PROPIA	11.683,22	43,78	7,50	328,39		
INV. FINANCIERA	15.000,00	56,22	11,20	629,61		
TOTAL	26.683,22	100,00%		958,00	9,58	0,0958

**Elaborado por:** La autora

La Tasa de Rendimiento Medio es la tasa de desgaste o descuento del proyecto.

La tasa de rendimiento medio tiene dos componentes:

- a) Costo de capital (del inversionista y del crédito).
- b) Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para la determinación del costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 7.50 %, del capital propio. Las IFIS, pagan promedio el 7.50 % anual por pólizas.

Para el capital prestado se aplicó el 11,20 %, que es el porcentaje del préstamo que la pequeña empresa solicitará al Banco del Ecuador (Ban Ecuador) por 15.000,00 USD, para fomentar la misma. Luego se estableció un ajuste de costo de capital, por efectos del riesgo, determinando la tasa de inflación del 3.01 %, promedio de los cinco últimos años, obteniéndose los resultados que se muestran a continuación:

Cálculo para el costo de la tasa de rendimiento medio

$$TRM = (1+IF) (1+CK) - 1$$

### Simbología y datos:

Costo de oportunidad: CK= 0,1160  
 Tasa de inflación: IF= 0,0301  
 Tasa de rendimiento medio: TRM= ?  
 $TRM = (1+0,0301) (1+0,0958) - 1$   
 $TRM = 13,31\%$

### 5.7.2 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto VAN, calculado para un proyecto de inversión es la suma actualizada de flujos de efectivo que se espera a lo largo de la vida útil del proyecto genere menos la inversión inicial, por lo tanto es una medida relativa de la inversión.

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

**Tabla 62** Flujos actualizados para el cálculo del VAN

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización $1/(1+r)^{(n)}$	FCA
1	5.846,96	0,88	5.160,34
2	10.232,27	0,78	7.970,19
3	12.093,71	0,69	8.313,90
4	12.182,24	0,61	7.391,29
5	40.134,07	0,54	21.490,91
	<b>80.489,25</b>		<b>50.326,63</b>

Elaborado por: La autora

$$VAN = -26.683,22 + \left[ \frac{5.846,96}{(1 + 0.15331)^1} + \frac{10.232,27}{(1 + 0.1331)^2} + \frac{12.093,71}{(1 + 0.1331)^3} + \frac{12.182,24}{(1 + 0.1331)^4} + \frac{40.134,07}{(1 + 0.1331)^5} \right]$$

**VAN= Flujos netos actualizados - inversión**

**VAN = 50.326,63-26.683,22 = 23.643,41**

**VAN = 23643,41**

### 5.7.3 Tasa Interna de Retorno

**Tabla 63** Flujos para cálculo de la TIR

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 35 %	VAN NEGATIVO 37 %
0	-26.683,22	-26.683,22	-26.683,22
1	5.846,96	4.331,08	4.267,85
2	10.232,27	5.614,41	5.451,68
3	12.093,71	4.915,39	4.703,25
4	12.182,24	3.667,69	3.458,16
5	40.134,07	8.950,44	8.315,92
	<b>53.806,03</b>	<b>795,79</b>	<b>- 486,35</b>

**Elaborado por:** La autora

Para el cálculo del TIR se procede mediante la siguiente fórmula:

$$TIR = T.I. + (T.S. - T.I.) \left( \frac{VAN(T.I.)}{VAN(T.I.) - VAN(T.S.)} \right)$$

$$TIR = 35\% + (37\% - 35\%) \left( \frac{795,79USD}{795,79USD - (-486,39USD)} \right)$$

**TIR= 36,24 %**

Este resultado determina que el proyecto es factible, ya que es superior a la tasa de rendimiento medio, y permite igualar a la sumatoria actualizada, de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

#### 5.7.4 Período de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de caja actualizados del proyecto, para que iguale al desembolso inicial, es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial. De acuerdo con este criterio, un proyecto de inversión será efectuarle siempre que su plazo de recuperación sea inferior.

El período de recuperación para el presente proyecto, es de 3 años y nueve meses en donde recupera toda la inversión inicial.

**Tabla 64** Flujos Netos Actualizados para la Recuperación de la Inversión

#### RECUPERACIÓN 3 AÑOS 9 MESES

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RUCUPERAC.
1	5.846,96	5.160,34	5.160,34	5.160,34
2	10.232,27	7.970,19	7.970,19	13.130,53
3	12.093,71	8.313,90	8.313,90	21.444,43
4	12.182,24	7.391,29	5.238,79	<b>26.683,22</b>
5	40.134,07	21.490,91		
	<b>80.489,25</b>	<b>50.326,63</b>	<b>26.683,22</b>	

Elaborado por: La autora

Fuente: Estudio técnico

#### 5.7.5 Costo Beneficio

La relación Beneficio / costo está simbolizada por la relación entre los ingresos actualizados sobre los egresos actualizados.



En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación beneficio / costo se encuentra en 1.09, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de 0,09 centavos.

**Tabla 65** Flujos actualizados para el Costo Beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	140.226,08	132.961,80	123.759,10	117.347,87
2	148.823,99	136.894,80	115.922,99	106.631,03
3	157.949,18	143.845,97	108.583,13	98.887,79
4	167.634,02	151.292,84	101.708,08	91.793,45
5	177.912,82	159.184,65	95.268,41	85.239,88
<b>TOTAL</b>	<b>792.546,09</b>	<b>724.180,06</b>	<b>545.241,71</b>	<b>499.900,03</b>

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Estudio técnico

BENEFICIO COSTO	=	$\frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$	=	$\frac{545.241,71}{499.900,03}$	=	1,09	COSTO BENEFICIO
POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,09, ES DECIR GANA 0,09							

**Elaborado por:** La autora

**Fuente:** Estudio técnico

### 5.7.6 Punto de Equilibrio

Se refiere a la cantidad de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos y gastos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

**Tabla 66** Proyección Para el Punto de Equilibrio

<b>PROYECCCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
<b>DESCRIPCIÓN/ AÑOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
VENTAS	140.226,08	148.823,99	157.949,18	167.634,02	177.912,82
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Remuneraciones ventas	6.358,20	7.184,15	7.428,36	7.682,54	7.947,26
Remuneraciones					
Administrativos	15.408,84	17.390,30	17.913,74	18.452,95	19.008,38
Mano de Obra Directa	6.164,38	6.747,68	6.950,78	7.160,00	7.375,52
Gastos de ventas	10.020,84	9.231,62	9.509,49	9.795,73	10.090,58
Gastos Administrativos	6.821,86	2.936,08	3.024,46	3.115,49	3.209,27
Gastos financieros	1.560,74	1.281,14	968,57	619,13	228,48
Depreciación	953,55	953,55	953,55	953,55	953,55
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>47.288,41</b>	<b>45.724,53</b>	<b>46.748,96</b>	<b>47.779,40</b>	<b>48.813,04</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Materia Prima Directa	82.580,58	87.626,74	92.981,27	98.662,98	104.691,88
Costos Indirectos Producción	1.347,08	1.398,80	1.452,75	1.509,06	1.567,83
<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>83.927,66</b>	<b>89.025,54</b>	<b>94.434,02</b>	<b>100.172,04</b>	<b>106.259,71</b>
<b>PE DOLARES</b>	<b>117.784,26</b>	<b>113.797,38</b>	<b>116.255,07</b>	<b>118.725,43</b>	<b>121.201,51</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Estudio técnico

**Tabla 67** Proyección para el Punto de Equilibrio

<b>PROYECCCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
<b>DESCRIPCIÓN/ AÑOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS	140.226,08	148.823,99	157.949,18	167.634,02	177.912,82
COSTOS FIJOS	47.288,41	45.724,53	46.748,96	47.779,40	48.813,04
COSTOS VARIABLES	83.927,66	89.025,54	94.434,02	100.172,04	106.259,71
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>117.784,26</b>	<b>113.797,38</b>	<b>116.255,07</b>	<b>118.725,43</b>	<b>121.201,51</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Estudio técnico

Tabla 68 Cálculo del Punto de Equilibrio en dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1				
PE (\$)	=	Costos fijos totales	.=	47288,41
		$\frac{1-(\text{costos variable} / \text{venta})}{0,40}$	=	<b>117.784,26 USD</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.8 Resumen de la Evaluación financiera

La evaluación financiera determina que el proyecto es factible, pues todos sus indicadores son positivos.

Tabla 69 Evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	13,31%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	36,24%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	23.643,41	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	RECUPERACION 3 AÑOS 9 MESES	PROYECTO PRODUCTIVO
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,09	POR CADA DÓLAR GANA 0,09
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	117.784,26	PARA NO GANAR NI PERDER

Elaborado por: La autora

Fuente: Estudio técnico

### 5.9.1 Oportunidad de inversión

Una vez analizado los distintos indicadores económicos, se puede evidenciar que existe factibilidad de poner en marcha el presente proyecto, así como también la oportunidad de invertir e incrementar el capital para la generación de ganancias.

## CAPÍTULO VI

### 6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 6.1 Introducción

El estudio organizacional tiene como propósito determinar la parte organizacional de la Microempresa en la cual se incluye la estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la Microempresa.

#### 6.2 Objetivo general

- Diseñar la estructura organizacional que tendrá la microempresa para su operación, mediante una propuesta de división de funciones y una organización que garantice su normal desarrollo.

#### 6.3 Análisis interno de la microempresa

##### 6.3.1 Nombre de la Microempresa

La Microempresa tendrá como nombre: DISTRIBUIDORA Y FLORISTERIA “HILDA”. El nombre de la Microempresa tiene la finalidad de posicionarse en la mente de los consumidores, representa la actividad a la que se dedica.



Ilustración 26 *Logo de la microempresa*  
Elaborado por: La autora

### **6.3.2 Titularidad de propiedad de la microempresa**

Según la normativa legal vigente especialmente la ley de compañías en el Ecuador, en el artículo correspondiente a los tipos de empresas manifiesta claramente que debido a las características del proyecto dentro del marco legal y para cumplir con todos los requisitos que se requiera.

### **6.3.3 Base filosófica de la empresa**

La filosofía en la que se enmarcará la microempresa serán las pautas que ayuden al logro de los objetivos planteados especialmente la responsabilidad, ética y compromiso de las personas que formarán parte del grupo de colaboradores, además se darán los lineamientos necesarios, los mismo que garantizan un trato justo y correcto a futuros clientes.

## **6.4 Misión**

Establecerse como una Microempresa especializada en comercialización y distribución de flores, manteniendo características de origen de calidad exigidas por el mercado, que aseguren una relación justa y transparente, con nuestros clientes, proveedores y la comunidad.

### **6.4.1 Visión**

En un período de cinco años alcanzar el crecimiento sustentable, especializado en la comercialización y distribución de flores a nivel local y regional, impulsando iniciativas para mejorar las condiciones culturales tanto en clientes, proveedores y la comunidad.

### **6.4.2 Objetivos Específicos**

- Consolidar posicionamiento en nuevos mercados
- Potencializar la creatividad e iniciativa de los miembros de la microempresa para obtener competitividad en el mercado.

- Minimizar costos sin afectar la calidad del producto.
- Incrementar rentabilidad
- Desarrollar sistema de información que facilite la toma de decisiones.
- Incentivar comercialización de flores en el Ecuador.

### **6.4.3 Principios y Valores**

Son características fundamentales para la elaboración de una estructura organizacional, con la que la empresa deberá realizar sus actividades. Los valores y principios son un marco de referencia para promover las buenas prácticas éticas y evitar entornos irregulares.

#### **6.4.3.1 Principios**

- a) Calidad.-** Comercializar un producto de calidad basándose en las normas INEN, que ayudará a que el producto sea fresco y así lograr la preferencia de los consumidores.
- b) Liderazgo.-** Al guiar a todos los miembros de “HILDA” a la excelencia y al trabajo en equipo, creando un ambiente de respeto mutuo, motivación, cumplimiento de los objetivos con los recursos y el tiempo previsto, resolviendo los problemas e incidencias con eficacia y sin pérdidas de tiempo.
- c) Competitividad.-** La Microempresa buscará competitividad en lo referente a precios y calidad del producto, al igual que en las expectativas de los clientes, logrando permanentemente ser el número uno en el campo de acción de la Microempresa.
- d) Servicio Eficaz.-** Dirigir todos los esfuerzos hacia la satisfacción de los clientes, solucionando reclamos o quejas inmediatamente.

**e) Mejoramiento Continuo.-** La Microempresa se fundamentará en el mejoramiento continuo de los procesos, basándose en la calidad del producto, del servicio y de los resultados finales que busca el cliente.

#### **6.4.3.2 Valores**

**a) Honestidad.-** Demostrar a través de la labor que realiza cada uno de los integrantes de la Microempresa, honestidad y justicia con el cliente y la Microempresa, por medio de acciones correctas.

**b) Responsabilidad.-** Cumplir con sus obligaciones y tareas con responsabilidad, promoviendo el progreso y creando una conciencia de superación y compromiso para el logro de los objetivos planteados por la Microempresa.

**c) Lealtad.-** Inducir una conciencia de compromiso y fidelidad de los empleados hacia la Microempresa, contribuyendo al desarrollo de los objetivos propuestos por la misma.

**d) Respeto.-** Fomentar en la organización un ambiente cálido y de respeto, de tal forma que todos trabajen a gusto y desempeñen eficientemente sus tareas.

**e) Transparencia.-** La Microempresa mantendrá la transparencia en cada una de sus actividades comerciales, al igual que en el cumplimiento de sus obligaciones legales.

### **6.5 Organización estructural**

En un sentido amplio, organización es todo un conjunto de personas relacionadas para alcanzar un fin o una meta. En un sentido estricto, organización es una estructura, configurada en base a relaciones internas y externas predeterminadas, entre personas o grupos de personas que trabajan para realizar un objetivo claramente definido. Esa estructura marca cómo se distribuye el trabajo, cómo se agrupan las personas en unidades de actividad

específica y las unidades en entidades mayores, que poder tienen cada uno, de quien depende, a quien dirigirse si surgen problemas, entre otros. El diseño periódico de esa estructura lo realizan los directivos de la organización, en ejercicio de una de sus funciones: la función organizacional estructural.

En toda empresa es necesario establecer una estructura organizativa, la misma que servirá como ente ejecutor, es un plan que sirve para obtener mayor coordinación, interrelación e integración de todas las actividades realizadas dentro de ésta, con el único objetivo de cumplir con las metas deseadas.

#### **6.5.1 Organigrama Estructural**

Para normar la estructura administrativa se utiliza los organigramas, donde se define el orden jerárquico y la relación que debe existir de acuerdo a cada uno de los miembros de la Microempresa.

A continuación se muestra en el organigrama estructural los departamentos de cómo está constituida la Microempresa.





**Ilustración 27** *Organigrama estructural*

**Elaborado por:** La autora

### **6.5.2 Departamento de Comercialización**

Este departamento estará encargado de la planificación, organización, ejecución y control de proceso comercial de las flores, contará con personas que se encargarán de la comercialización y control de calidad.

### **6.5.3 Departamento Administrativo - Financiero y Ventas**

Este departamento está comisionado de planificar, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades administrativas y económico-financieras de la Microempresa; así como planificar, organizar, ejecutar y controlar la distribución y ventas del producto mediante la implantación

de sistemas y canales técnicos de comercialización, elaboración de programas de mercadeo, la búsqueda de nuevos clientes para el producto.

#### **6.5.4 Orgánico Funcional**

#### **6.5.5 Funciones y Descripción del Puesto**

##### ***6.5.5.1 Junta General de Accionistas***

La Junta General de Accionistas se reunirá en la forma y para los efectos determinados en la ley de compañías dentro de los noventa días siguientes al cierre de cada ejercicio anual, con el fin de conocer y resolver sobre el informe del Directorio relativo a la marcha del negocio, los estados financieros y distribución de utilidades, el informe del Auditor Externo sobre el grupo financiero. Toda elección que realice la Junta General de Accionistas se efectuará por voto escrito de cuyo escrutinio se dejará constancia en el acta respectiva.

La Junta General de Accionistas es la máxima autoridad, no tiene ninguna dependencia funcional con otros niveles de la microempresa.

#### **Funciones**

- Nombrar y remover al Presidente, Gerente, Directores, cuando la organización así lo requiera.
- Determinar los lineamientos generales e importantes para el funcionamiento de la Microempresa.
- Aprobar los estados financieros de la Microempresa.
- Resolver la distribución de los beneficios sociales.

- Aprobación de estatutos, modificaciones de contratos sociales, transformación o disolución de la Microempresa.

#### **6.5.5.2 Directorio**

Los Miembros del Directorio serán civil y penalmente responsables de sus acciones u omisiones en el cumplimiento de sus respectivas atribuciones y deberes.

#### **Funciones**

- Definir la política financiera y crediticia de la institución y controlar la ejecución.
- Analizar y pronunciarse sobre los informes de riesgo crediticio, y la proporcionalidad y vigencia de las garantías otorgadas. Igualmente procederá, en lo que sea aplicable, con las operaciones activas y pasivas que individualmente excedan del dos por ciento del patrimonio técnico.
- Emitir opinión, bajo su responsabilidad, sobre los estados financieros y el informe de auditoría interna, que deberá incluir la opinión del auditor, referente al cumplimiento de los controles para evitar el lavado de dinero
- Conocer y resolver sobre el contenido y cumplimiento de las comunicaciones de la Superintendencia de Bancos referentes a disposiciones, observaciones, recomendaciones o iniciativas sobre la marcha de la institución.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas de esta ley de la Superintendencia de Bancos, de la Junta General y el mismo Directorio

#### **6.5.5.3 Gerente**

Se designa con el término gerente aquella persona que en una determinada empresa u organización tiene la responsabilidad y las tareas de guiar a los demás, de ejecutar y dar

órdenes y de lograr que las cosas se hagan para poder cumplir cierta y correctamente con el objetivo y la misión que promueve la organización.

**Perfil/Rol**

- Liderazgo
- Trabajo bajo presión
- Buen manejo de relaciones humanas
- Honestidad
- Responsabilidad
- Habilidades para negociar
- Capacidad para tomar decisiones

**Funciones**

- Cumplir y hacer cumplir las políticas y normas de la empresa.
- Crear políticas para un mejor control interno de la empresa.
- Realizar la planificación, organización, coordinación y control, del proceso administrativo comercial.
- Someter a conocimiento y aprobación de la Junta General de Accionistas.
- Gestionar la concesión de créditos en las instituciones financieras de la localidad.

- Promover los cursos de capacitación tanto para trabajadores como para la comunidad relacionada con la comercialización de flores.
- Informar a sus funcionarios sobre las acciones a seguir en la empresa.
- Realizar estrategias de comercialización con el fin de abrir nuevos mercados

### **Requisitos**

- Título de tercer nivel en Administración de Empresas, Economía, Contabilidad y Auditoría o carreras afines.
- Experiencia en trato al personal y clientes,
- Experiencia en la estructuración y función de la Microempresa
- Edad mínima de 25 años.
- Experiencia en cargos similares

#### ***6.5.5.4 Contador General y Auxiliar Contable***

Un Contador General es un individuo que completa los derechos de contabilidad para las empresas. En función de las especialidades de la contaduría y la escala de la empresa, la documentación contable que procesa normalmente, corresponde a impuestos, registros financieros y de rendición de cuentas para la distribución de informes económicos. Los Contadores juegan un papel vital en los negocios que las trabajan, ya sea una pequeña empresa o una corporación global.

### **Perfil/Rol**

- Manejo de contabilidad
- Conocimiento de leyes tributarias

- Buenas relaciones humanas
- Ética profesional
- Confidencialidad

### **Funciones**

- Estar constantemente actualizándose con lo que respecta al Servicio de Rentas Internas y asuntos afines a su cargo.
- Realizar los pagos autorizados por la gerencia y realizar las retenciones dispuestas por la ley.
- Tener la documentación del control contable al día.
- Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos.
- Estar pendiente e informar a gerencia sobre el vencimiento de documentos.
- Elaborar estados financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual.

### **Requisitos**

- Título de contador legalmente autorizado y afiliado al respectivo colegio profesional.
- Experiencia en manejo de sistemas contables.
- Edad mínima 25 años
- Experiencia en cargos similares

#### **6.5.5.5 Vendedores**

Los Vendedores son elementos muy importantes de las ventas porque permite establecer una comunicación directa y personal con los clientes actuales y potenciales de la empresa, y además, porque tiene la facultad de cerrar la venta, generar y cultivar relaciones personales a corto y largo plazo con los clientes.

#### **Perfil/Rol**

- Responsable, puntual y honesto.
- Ética moral y profesional.
- Facilidad de comunicación y buenas relaciones humanas
- Trato al cliente

#### **Funciones**

- Realizar ventas directas en la planta de comercialización.
- Responsable en la venta y promoción del producto de la Microempresa.
- Constatar antes de confirmar una venta dentro de las exigencias del cliente.
- Informar oportunamente a gerencia para la toma de decisiones acerca de las ventas.
- Participar en las reuniones con voz informativa.
- Verificar los cobros por venta y ayudar a la facturación.
- Elaborar informes estadísticos con el fin de mantener la distribución y comercialización del producto.
- Manejar una buena política de atención al cliente.

**Requisitos**

- Experiencia en trato al personal y al cliente.
- Tener conocimiento de comercialización.
- Profesional en mercadotecnia o carreras afines.
- Edad mínima 23 años.

**6.5.5.6 Secretaria**

Secretaria es la persona que se encarga de diferentes funciones básicas para que su colaborador o jefe no tenga que preocuparse por ejemplo llamados telefónicos, recepción de documentos y demás.

**Perfil/Rol**

- Responsabilidad en las funciones encomendadas
- Disposición para trabajar bajo presión.
- Iniciativa de trabajo
- Buenas relaciones humanas
- Estar en capacidad de afrontar dificultades.
- Sentido de puntualidad, seguridad y firmeza.

**Funciones**

- Mantener los archivos bajo custodia.
- Asumir las responsabilidades en el manejo de la información a su cargo.



- Elaboración de los informes relacionados con su área.
- Coordinar las labores de relaciones públicas y comunicación.
- Coordinar con la gerencia en las sesiones.
- Organizar, vigilar y atender los servicios generales y requerimientos de la administración de la microempresa.

### **Requisitos**

- Título de bachiller en secretariado
- Experiencia en manejo de sistemas contables.
- Buena presencia
- Experiencia en cargos similares
- Edad mínima 23 años

### **6.6 Gestión empresarial**

- La Microempresa de flores realizará una actividad económica apegada a los siguientes objetivos.
- Los costos deben tener una rentabilidad de tal manera que cubra los gastos, y asegure el desarrollo de la Microempresa y tenga sostenibilidad institucional de gestión.
- Desarrollar actividades factibles de modo eficiente y rentable.
- Tomar decisiones oportunas en todos los aspectos técnico, económico, jurídico, organizativo y administrativo.

Los elementos constitutivos que aplicará la empresa son tres funciones claves como:

- Herramienta para tomar buenas decisiones.
- Planeamiento estratégico y administración operativa - financiera
- Mejorar un sistema de información para tener un margen permanente y elementos de juicio para la toma de decisiones.

Este tipo de información será:

- Operativa
- Legal
- Tecnológica
- Administrativa
- Económica Financiera

### **6.6.1 Supervisión y Control**

A fin de tener un seguimiento permanente de la marcha de la Empresa se aplica los elementos y tipo de control

- Control administrativo o de gestión.
- Control operacional

#### ***6.6.1.1 Controles Administrativos***

- Procesos, funciones reales y formales
- Calificación del personal
- Diagramas de procesos

- Marketing-Ventas
- Volumen de ventas
- Precio de productos
- Ventas por clientes
- Utilidades
- Costo de ventas

#### ***6.6.1.2 Controles Financieros – Económicos - Contables***

- Estado contable-financiero
- Contabilidad de costos
- Estado de caja
- Utilidades
- Presupuestos

### **6.7 Estrategias empresariales**

**a) Estrategia de Competitividad.-** Realizar acuerdos con los proveedores de materia prima para la comercialización de las flores, lo que conllevará a tener un sustento de insumos en forma continua.

Negociar adecuadamente los parámetros de entrega-recepción de insumos con los proveedores de la Microempresa.

Establecer parámetros de pago, descuentos por pronto pago y procedimientos de revisión.

**b) Estrategias Financieras.-** Mantener supervisión constante de los costos y gastos de la Microempresa, para mejorar los recursos de la empresa eficientemente.

Capacidad de negociación con proveedores de los productos que la empresa requiere.

**c) Estrategia Operativa.-** Se contará solo con el personal necesario con la finalidad de optimizar gastos, se adquirirá tecnología innovadora para mejorar la comercialización del producto.

A medida que transcurra el tiempo se mejorarán los controles de cada proceso, basados en la experiencia de cada trabajo realizado, que permita asegurar la satisfacción de las necesidades de cada cliente.

**d) Estrategia de Mercadotecnia.-** Se determinarán los cinco factores ya conocidos como: precio, promoción, producto, plaza y distribución y realizar el cumplimiento de cada uno de ellos.

**e) Estrategia de Precio.-** La Microempresa deberá establecer los precios mediante un análisis exhaustivo de los costos y gastos, más un porcentaje de utilidad.

El éxito de la empresa se determina en la eficiencia de fijación de precios, debe mostrarse sensible a las variaciones de los hábitos de compra y a la aceptación por parte de los clientes por sus precios

**f) Estrategia de Promoción.-** Promover la adquisición de flores, mediante publicidad de muestras gratis, que permitan a los consumidores conocer el producto y además realizar publicidad de todas las ventajas del consumo del producto.

Se contará con medios de comunicación importantes de la ciudad como el Diario del Norte que tiene muy buena acogida entre los lectores Ibarreños.

**g) Estrategia del Producto.-** Se refiere a las características generales y específicas como su tamaño, pero no basta para persuadir al consumidor al hábito de compra, por eso es necesario crear una presentación donde se encuentre la marca y logotipo que identifique a la Microempresa.

**h) Estrategia de Plaza.-** Para la distribución del producto se utilizará el canal largo en el cual interviene el intermediario como enlace entre el productor y consumidor final.

En este caso los intermediarios serán los dueños de floristerías, así como los propietarios de los locales de los mercados. Se ha seleccionado esta forma de distribución tomando en consideración la perspectiva a futuro de comercializar masivamente el producto

**i) Estrategia de Distribución.-** Básicamente esta estrategia pretende reducir costos al momento de negociar con los intermediarios del producto, tomando en cuenta un margen de utilidad para cada uno de los actores, y así beneficiar a los consumidores finales del producto.

**j) Estrategia de la Organización. -** La Microempresa “HILDA” diseñará un esquema estructural en el cual se representará actividades operativas y administrativas para el correcto funcionamiento.

## **6.8 Base legal**

### **6.8.1 Razón Social**

La razón social será: “Hilda” Flores directamente del productor.

### **6.8.2 Objeto Social**

Comercialización y Distribución de flores en la provincia de Imbabura.

### **6.8.3 Requisitos para el Funcionamiento de la Microempresa**

### **6.8.4 Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

#### **Requisitos:**

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

#### **Obligaciones Tributarias:**

- Declaración Mensual del IVA
- Declaración de Retenciones en la Fuente
- Anexo Transaccional Simplificado ATS
- Declaración del Impuesto a la Renta IR
- Anexo de Relación de Dependencia REDEP
- Anexo de Participes y Socios APS

### **6.8.5 Patente Municipal**

De acuerdo al Art. 547 del COOTAD publicado en el suplemento del Registro Oficial Nro. 303 del 10 de octubre del 2010, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el

Cantón Ibarra que realicen permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

### **Requisitos**

- Recibo del último pago del impuesto predial
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal

### **6.8.6 Permiso de Salud Pública**

#### **Requisitos**

- Ficha de inspección
- Permiso del cuerpo de Bomberos y Patente Municipal.
- Copia del RUC
- Certificado de salud de todos los empleados (original y copia)
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

### **6.8.7 Inscripción en el registro de actividades económicas**

- RUC
- Cedula de identidad y certificado de votación actualizado.
- Copia de comprobante de pago del impuesto predial
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos

**Tabla 70** Inscripción en registro de actividades económicas

<b>PERMISOS</b>	<b>A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO</b>	<b>QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR</b>
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

**Elaborado por:** La autora

#### **6.8.7.1 Registro Sanitario**

##### **Requisitos**

- Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control de calidad de un laboratorio debidamente acreditado por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación.
- Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesadora.
- Homologación de documentos otorgados por una autoridad competente de otro Estado o por una organización internacional especializada determinada conforme al Reglamento de Registro y Control Sanitario.

Para la obtención del Registro Sanitario con aplicación de las buenas prácticas, bastará presentar la solicitud de Registro Sanitario que contendrá la siguiente información.



- Nombre del representante legal a cuyo nombre se solicita el Registro Sanitario y su domicilio.
- Nombre o razón social y dirección del fabricante.
- Nombre y marca del producto
- Descripción del tipo del producto
- Lista de ingredientes, deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.

#### ***6.8.7.2 Permiso de Funcionamiento***

##### **Requisitos**

- Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento
- Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.
- Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del permiso que tiene vigencia un año

Las políticas, estrategias, objetivos organizacionales, valores, principios que se implanten en la organización de una Microempresa es de vital importancia, para el buen desempeño de los trabajadores, puesto que de cada uno de los integrantes de la Empresa depende el éxito, se necesita que cada uno de ellos se comprometa con la propuesta organizativa.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Esta investigación se sustenta con un análisis técnico de los impactos. Para el presente análisis se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla, tiene la siguiente estructura.

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

A continuación, se selecciona un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla:

**Tabla 71** Impactos del proyecto

CALIFICACIÓN	NIVELES DE IMPACTOS
3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

**Elaborado por:** La autora

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles, los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

## 7.1 Análisis de impactos

### 7.1.1 Impacto Social

**Tabla 72** Impacto social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fuentes de trabajo							x	3
Mejorar calidad de vida							x	3
Contribuir al desarrollo socio económico de la ciudad						x		2
Estabilidad laboral							x	3
Imagen micro empresarial						x		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>9</b>	<b>13</b>

**Elaborado por:** La autora

Nivel de Impacto= 13/5

Nivel de Impacto= 2.6

### Impacto Positivo

### Análisis Impacto Social

El impacto indica un nivel alto positivo, significa que la economía de los habitantes de la ciudad de Ibarra mejorará, sea esta por el consumo de la flores y por los ingresos resultantes de la venta de la misma, esto permitirá una buena imagen empresarial, ya que será la primera Microempresa del sector con estas características que impulsará la comercialización de este producto.

### 7.1.2 Impacto Económico

**Tabla 73** Impacto económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Rentabilidad del proyecto							x	3
Oferta de empleo							x	3
Incentivo al consumo						x		2
Estabilidad económica familiar						x		3
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

**Elaborado por:** La autora

Nivel de Impacto= 10/4

Nivel de Impacto= 2.5

### Impacto Positivo

#### Análisis de Impacto Económico

La matriz indica que el impacto es alto positivo, porque las ventas de flores proyectadas indican rentabilidad en el proyecto, lo que significa que va a existir fuentes de empleo, beneficiará a productores y al ser una nueva alternativa de venta de flores, contribuirá a mejorar la economía de las personas y el desarrollo social del país.

### 7.1.3 Impacto Educativo

**Tabla 74** Impacto educativo

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimientos						x		2
Capacitación							x	3
Nuevas formas de comercialización							x	3
Mejoramiento continuo de los procesos							x	3
Trabajo en equipo						x		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>9</b>	<b>13</b>

**Elaborado por:** La autora

Nivel de Impacto= Total de Impactos/ No de Indicadores

Nivel de Impacto= 13/5

Nivel de Impacto= 2.6

### Impacto Positivo

#### Análisis Impacto Educativo

En el impacto educativo se ha tomado como referencia cinco indicadores, y el resultado es alto positivo, el talento humano se vuelve imprescindible, en la actualidad la preparación intelectual es un indicador de responsabilidad y eficiencia para poder insertarse en una sociedad laboral cada vez más exigente, en el lugar de trabajo se comparte muchos conocimientos por lo cual la Microempresa implementará talleres de capacitación a los miembros de la misma de tal manera que se obtenga mejoramiento continuo de los procesos, que permitirá beneficiar a los consumidores brindando productos de mejor calidad.

### 7.1.4 Impacto Ambiental

**Tabla 75** Impacto ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Trabajo sin tóxicos		x						
Comercialización natural	x							
Salud humana	x							
Contaminación del medio ambiente			x					
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>1</b>					<b>8</b>

**Elaborado por:** La autora

Nivel de Impacto= Total de Impactos/ No de Indicadores

Nivel de Impacto= -9/4

Nivel de Impacto= -2.25

**Impacto medio negativo**

### **Análisis del Impacto Ambiental**

La matriz indica que el impacto ambiental es positivo, porque la comercialización de las flores se utilizará técnicas naturales que aseguren un producto apto para el consumo y que mejore la salud humana, sin olvidar ser amigables con el medio ambiente.

### 7.1.5 Impacto Ético

**Tabla 76** Impacto ético

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de producción							x	
Seguridad social						x		
Satisfacción del cliente							x	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

**Elaborado por:** La autora

Nivel de Impacto= Total de Impactos/ No de Indicadores

Nivel de Impacto= 8/3

Nivel de Impacto= 2.7

### Impacto Positivo

#### Análisis de Impacto Ético

El anterior análisis nos indica la responsabilidad que la Microempresa debe tener con el medio ambiente puesto que a través de este se podrá satisfacer los gustos del cliente de manera eficaz.

### 7.1.6 Impacto Comercial

**Tabla 77** Impacto comercial

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de recursos							x	2
Creatividad							x	3
Posicionamiento en el mercado							x	3
Cobertura						x		3
Mejoramiento del producto							x	2
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>12</b>	<b>14</b>

**Elaborado por:** La autora

Nivel de Impacto= Total de Impactos/ No de Indicadores

Nivel de Impacto= 8/3

Nivel de Impacto= 2.8

### Impacto Positivo

#### Análisis del Impacto Comercial

La medición de este impacto es alto positivo lo que significa que en la ejecución del proyecto se integrará a miembros de la microempresa, esto permitirá establecer una organización, para con ello mantener y mejorar el manejo de los recursos, siendo estos: registros contables, rentabilidad del negocio, los costos de producción, administración de Microempresas para que los negocios no sean tradicionales y se implementen nuevos sistemas que les permitan desarrollar contablemente sus actividades, la capacitación de los mismos permitirá el liderazgo, creatividad y posicionamiento en el mercado.



## 7.2 Impacto general

**Tabla 78** Impacto general

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Impacto Social							<b>x</b>	<b>3</b>
Impacto Económico							<b>x</b>	<b>3</b>
Impacto Educativo							<b>x</b>	<b>3</b>
Impacto Ambiental						<b>X</b>		<b>2</b>
Impacto Ético							<b>x</b>	<b>3</b>
Impacto Comercial							<b>x</b>	<b>3</b>
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>15</b>	<b>17</b>
<b>Elaborado por:</b> La autora								

Nivel de Impacto= Total de Impactos/ No de Indicadores

Nivel de Impacto= 15.8/6

Nivel de Impacto= 2.6

### Impacto Positivo

### Análisis del Impacto General

Después de realizar el análisis individual de cada uno de los posibles impactos se llega a la conclusión que el impacto que tendrá el proyecto para la sociedad en los aspectos; social, económico, educativo, ambiental, ético y comercial es alto positivo lo cual genera buenas expectativas en la implantación del proyecto ya que beneficiará el desarrollo de la ciudad Ibarra y de la provincia de Imbabura.

## CONCLUSIONES

- La ciudad de Ibarra por su ubicación geográfica cuenta con un gran potencial de recursos naturales para la comercialización florícola entre las que destacan rosa, clavel, lirios entre otros además de la belleza de sus paisajes maravillosos que la caracteriza.
- Se concluye que para la implementación de la microempresa es necesaria la aprobación de un crédito hipotecario en una entidad financiera, de igual manera si el área donde será ubicada la misma no reúne todos los parámetros para su funcionamiento.
- La microempresa actualmente se desarrolla en un mercado muy competitivo; en el campo de la floricultura han aparecido muchas empresas que ofrecen similares servicios, de estas empresas competidoras muchas son ilegales por lo tanto ofrecen sus servicios a precios muy por debajo de las empresas legalmente constituidas, lo que representa una fuerte amenaza para la microempresa.
- Existen temporadas en que la flor escasea por mala planificación por parte de los proveedores y porque los mismos prefieren enviar el producto de exportación a países como Colombia, España; entre otras, dejando el país sin producto es por ese motivo que la flor sube de precio en temporadas de mayor afluencia de ventas como el día de las madres, Valentín, Finados, día de la mujer ya que los proveedores prefieren vender al extranjero.
- Floristería Hilda al ser una microempresa legalmente constituida, cumplidora de todas las leyes y reglamentos que las regulan, tiene una ventaja competitiva sobre el resto de

empresas ilegales, lo que le permite ampliar su mercado en grandes empresas o distribuidoras que requieren los servicios de empresas legales.

- La demanda de flores en los mercados nacionales e internacionales es creciente por lo que su comercialización es una opción altamente rentable.
- Con el resultado obtenido en los índices de evolución financiera se puede analizar que cada uno de los recursos necesarios y su inversión para la ejecución del proyecto obtienen una rentabilidad favorable para la empresa, con una proyección a 5 años.

## RECOMENDACIONES

El desarrollo del proyecto permitió analizar cuidadosamente cada uno de los capítulos, denotando por ello información valiosa que debe ser tomada en consideración para invertir, ya que el respaldo de las estimaciones financieras permite notar que el proyecto es rentable; por lo que, se recomienda tomar en cuenta los siguientes ítems para un correcto desarrollo del proyecto.

- Las instituciones públicas deberían destinar fondos para los gobiernos seccionales para brindar apoyo y facilidades para la creación de microempresas en la provincia especialmente en la ciudad de Ibarra.
- Se debe entregar las garantías (escrituras del accionista) necesarias para la aprobación del crédito hipotecario de igual manera elegir un lugar en el cual pueda ofertarse el producto.
- Es necesario para el expendio del producto terminado añadir un valor agregado (osos, chocolates) que destacaran para atraer al consumidor así mismo para atraer al cliente se recomienda bajar un poco los precios.
- Se debe hacer conocer a la microempresa por medios de comunicación ya que en la actualidad toda la ciudadanía está inmersa en la tecnología tales como radio, televisión e internet.
- La microempresa debe tener más de un proveedor de materia prima ya que temporadas escasea y se puede hacer pedidos a cualquier proveedor.

- El encargado de bodega debe tener el inventario al día de la materia prima que se agota para hacer su pedido oportunamente y no perder la venta.
- Mantener en alto los valores corporativos de la empresa, para el bienestar de la misma, el buen clima laboral para la fidelización del talento humano.
- El gobierno debería corregir la tarifa de fletes aeroportuarios, ya que el Ecuador tiene la tarifa más alta de Sudamérica en el cobro de fletes de carga para la exportación.
- Buscar los proveedores más adecuados que ofrezcan un producto de alta calidad y que permita además obtener una utilidad creciente de la venta de los mismos.
- Mantener una estructura organizacional flexible a cambios que permitan ampliar la organización y la microempresa.
- Se recomienda visualizar el comportamiento del mercado continuamente para poder determinar y evaluar datos actuales de tal forma que permita determinar aspectos relevantes para el mejoramiento continuo de la organización, de esta manera alcanzar los resultados esperados por los directivos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arboleda. (2013).
- Chorro, M. (2010). *Financieamineto del Desarrollo*. Santiago de chile : Naciones Unidas .
- CordovaPadilla, M. (2011). *FormulacIon y Evaluacion de*. BOGOTA-COLOMBIA: Eco-Ediciones,2011.
- COSTOS, C. D. (8 de 11 de 2014). *LA CONTABILIDAD DE COSTOS VIRTUALIDAD*. Recuperado el 9 de 11 de 2015
- FORSYTH. (2010).
- Friend&Zentle. (2008).
- Gerardo Guajardo Cantú, N. E. (2014). *Contabilidad Finaciera*. Mexico: Editora El Comercio S.A.
- Gonzalos Sinisterra V, L. E. (2011). *Sistema de Informacon para las organizaciones* . Bogota- Colombia: Worldcolor.
- Jhonny, M. O. (2013).
- Juan, F. U. (2009).
- Karthy, M. (2010).
- Martin, A. D. (2011). *El Arte de Dirigir proyectos tercera edicion* . Madrid-España : Alfaomega grupo Editor,S.A. de C.V. Mexico.
- Nassir Sapag Chain, R. S. (2014). *Preparacion y evaluacion de proyectos* . Mexico : EPC Technologies S de RL de CV.
- Ramírez, A. S. (2014). *Fundamentos de la Administracion*.
- Rodríguez, R. A. (2011). *El Emprendedor de Exito*. Mexico: Programas Educativos S.A. de C.V.
- Urbina, G. B. (2013).

**ANEXOS**











**OBSEQUIOS FLORALES**





